



Monitoring sociálnych médií Parlamentné voľby 2020

**31. január 2020
Bratislava**

MEMO 98

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

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](#), v rámci ktorej máme prístup do verejných profilov na Facebooku, Instagrame, a Reddite.¹

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



Obsah

<u>HLAVNÉ ZISTENIA</u>	5
<u>FACEBOOK</u>	7
TOP 10+ POLITIKOV NA KANDIDÁTKACH POLITICKÝCH STRÁN	14
<u>INSTAGRAM</u>	19
POLITICKÉ SUBJEKTY	19
LÍDRI POLITICKÝCH STRÁN A Hnutí	23
<u>METODOLÓGIA</u>	27

ÚVOD

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 zneužitú 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 viacej v centre pozornosti ako potenciálna hrozba pre integritu a bezproblémový priebeh volieb.

Výrazný nárast vplyvu sociálnych médií so sebou prináša aj výhody – možnosť získavať 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 sprístupnená na našich web stránkach.

Podľa správy Digital 2019 - Slovakia² 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).³ 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

² 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>

³ 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 médií aj Facebook, Instagram a YouTube.

Naša prvá správa analyzuje obdobie od uverejnenia vyhlásenia volieb do NR SR (5.11.2019) do 26.1.2020 a zameriava sa na Facebook a Instagram, kde sme sledovali aktivnosť (počet postov) ako aj interaktivitu (celkový počet reakcií, komentárov a zdieľaní) politických strán, ich lídrov a top kandidátov. V ďalších správach, ktoré plánujeme vydať pred voľbami, prinesieme obsahovú analýzu tém a konkrétnych naratívov, ktoré používajú jednotliví aktéri počas volieb a zverejníme výsledky monitoringu celoplošných televízií, online verzií médií, ako aj ďalších spomínaných sociálnych médií.

Pri hodnotení aktivity 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'. Platenú politickú reklamu na Facebooku budeme rovnako analyzovať v jednej z nasledujúcich správ.

HLAVNÉ ZISTENIA

- V monitorovanom období politické strany vyprodukovali 4 013 postov na Facebooku, čo bolo v priemere okolo 300 postov za týždeň. Na Instagrame to bolo celkovo 1 007 postov, teda asi 75 postov za týždeň. Predovšetkým od začiatku januára sme zaznamenali zvýšenú aktivitu na monitorovaných profiloch.

Facebook

- Z politikov umiestnených na popredných miestach kandidátok strán a hnutí najviac postov na svojom oficiálnom facebookovom profile zverejnil Marián Kotleba (445), po ňom Michal Truban a Miroslav Beblavý (obaja okolo 300). Medzi aktívnych politikov vzhľadom na počet postov patrili tiež predseda Slovenského hnutia obrody Robert Švec, Jozef Pročko a tiež Ľuboš Blaha.
- Najviac interakcií (súčet reakcií, komentárov a zdieľaní) na svoje posty mal Ľuboš Blaha (približne 800 tisíc), pričom treba poznamenať, že v jeho prípade ide o dlhodobý trend. Nasledovali premiér a líder kandidátky SMER-SD Peter Pellegrini a Michal Truban (obaja nad 300 tisíc interakcií), Milan Uhrík a Andrej Kiska.
- Najviac postov zverejnilo na svojom oficiálnom facebookovom profile hnutie OĽANO (333), za ktorým nasleduje strana SPOLU, potom SME Rodina, MOST-HÍD, Sloboda a solidarita a Za ľudí. Čo sa týka interakcií, najviac ich získalo hnutie OĽANO (okolo 495 tisíc), potom strana SMER-SD, ďalej SME Rodina, SNS a SaS.
- Spomedzi jednotlivých postov získal najviac interakcií post hnutia OĽANO [„AKTUÁLNE PRED POČIATKOVOU VILOU NA FRANCÚZSKEJ RIVIÉRE“](#), na

propagáciu ktorého zaplatilo OĽANO na Facebooku a Instagrame okolo 4 500 eur. Spomedzi príspevkov kandidátov a strán ďalej nasledoval príspevok Andreja Kisku „[AHOJ ROBERT](#)“, na propagáciu ktorého zaplatila strana Za ľudí na Facebooku okolo 400 eur. Tretí post vzhľadom na počet interakcií bol uverejnený stranou SMER-SD pod názvom „[OTVORENÝ LIST KISKOVI - ODPOVEĎ NA JEHO LIST ROBERTOVI FICOVI AHOJ ANDREJ](#)“, na propagáciu ktorého zaplatil SMER-SD do 6 000 eur.

Instagram

- Najviac postov na Instagrame sme v sledovanom období zaznamenali u Andreja Danka (130), nasledovali Miroslav Beblavý (109) a Andrej Kiska (79).
- Najviac interakcií (súčet likov a komentárov) zaznamenal Andrej Kiska (viac ako 122 tisíc), druhý bol Peter Pellegrini a tretí Boris Kollár, obaja s približne polovičným počtom interakcií. Pokiaľ ide o popularitu jednotlivých postov charakterizovanú celkovým počtom *likes*, v tomto aspekte, dominoval Andrej Kiska.
- Na Instagrame najviac postov na svojom oficiálnom profile zverejnila strana SNS (168), za ňou sú SME Rodina, Za ľudí, Slovenské hnutie obrody a SPOLU. Čo sa týka interakcií, najviac ich získala strana Za ľudí (takmer 29 tisíc), nasleduje hnutie OĽANO, SME Rodina, Progresívne Slovensko a SPOLU.
- V rebríčku postov na Instagrame, ktoré získali najviac interakcií, pomerne jasne dominovali príspevky A. Kisku resp. strany Za ľudí. Medzi prvými piatimi až štyri patrili A. Kiskovi. Medzi prvými desiatimi príspevkami päť patrilo bývalému prezidentovi, dva P. Pellegrinimu a po jednom uverejnili M. Truban, B. Kollár a OĽANO.

FACEBOOK

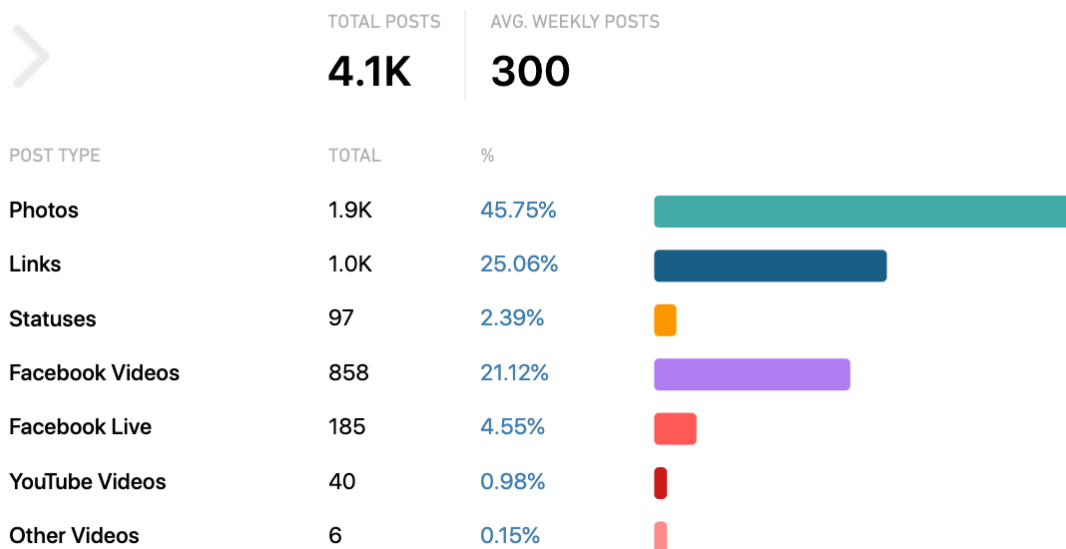
POLITICKÉ SUBJEKTY (strany, hnutia)

Od oficiálneho začiatku volebnej kampane už prešli takmer tri mesiace a na základe našej analýzy sme zaznamenali trend postupného nárastu počtu postov na oficiálnych profiloch monitorovaných politických subjektov. Zatiaľ čo u všetkých bolo vidieť klesajúcu aktivitu v druhej polovici decembra (Vianoce), od začiatku januára je aj podľa monitorovaných profilov jasne vidieť, že politické strany a hnutia rozbehli záverečnú fázu kampane.

Graf č. 1

CELKOVÝ POČET POSTOV POLITICKÝCH SUBJEKTOV A ICH ŠTRUKTÚRA
(5.11.2019 - 26.1.2020)

ALL POSTS > TOTAL POSTS > 11/05/19 - 01/26/20

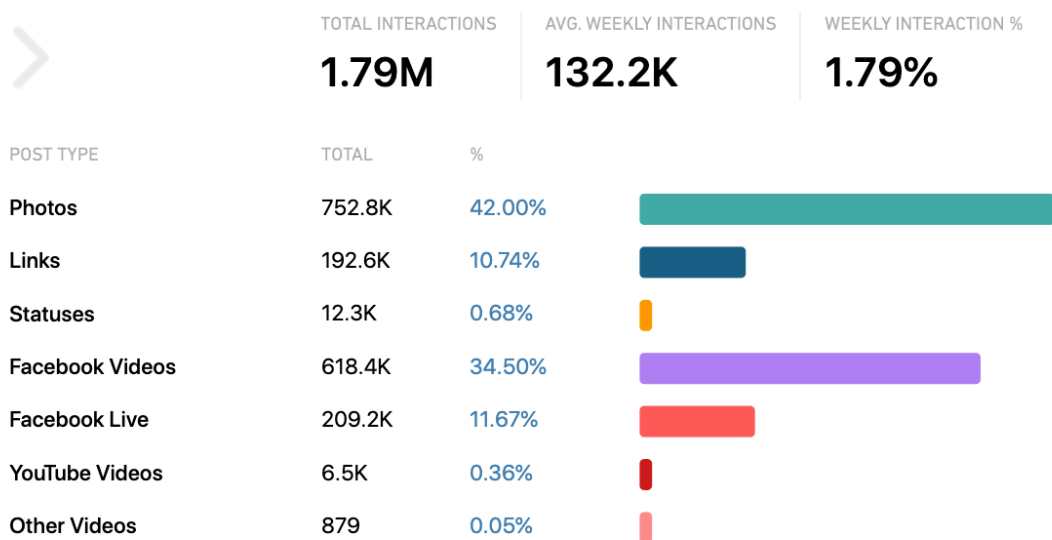


Za uvedené obdobie vygenerovali monitorované politické strany celkovo 4 013 postov, čo bolo v priemere okolo 300 postov za týždeň. Čo sa týka štruktúry postov, najviac bolo tých, kde boli fotografie (45,8%), nasledovali linky (25,1%), Facebook videá (21,1%), Facebook Live (4,6 %) a nakoniec samotné textové posty (iba text – 2,4%).

Graf č. 2

CELKOVÝ POČET INTERAKCIÍ NA RÔZNE TYPY POSTOV POLITICKÝCH SUBJEKTOV

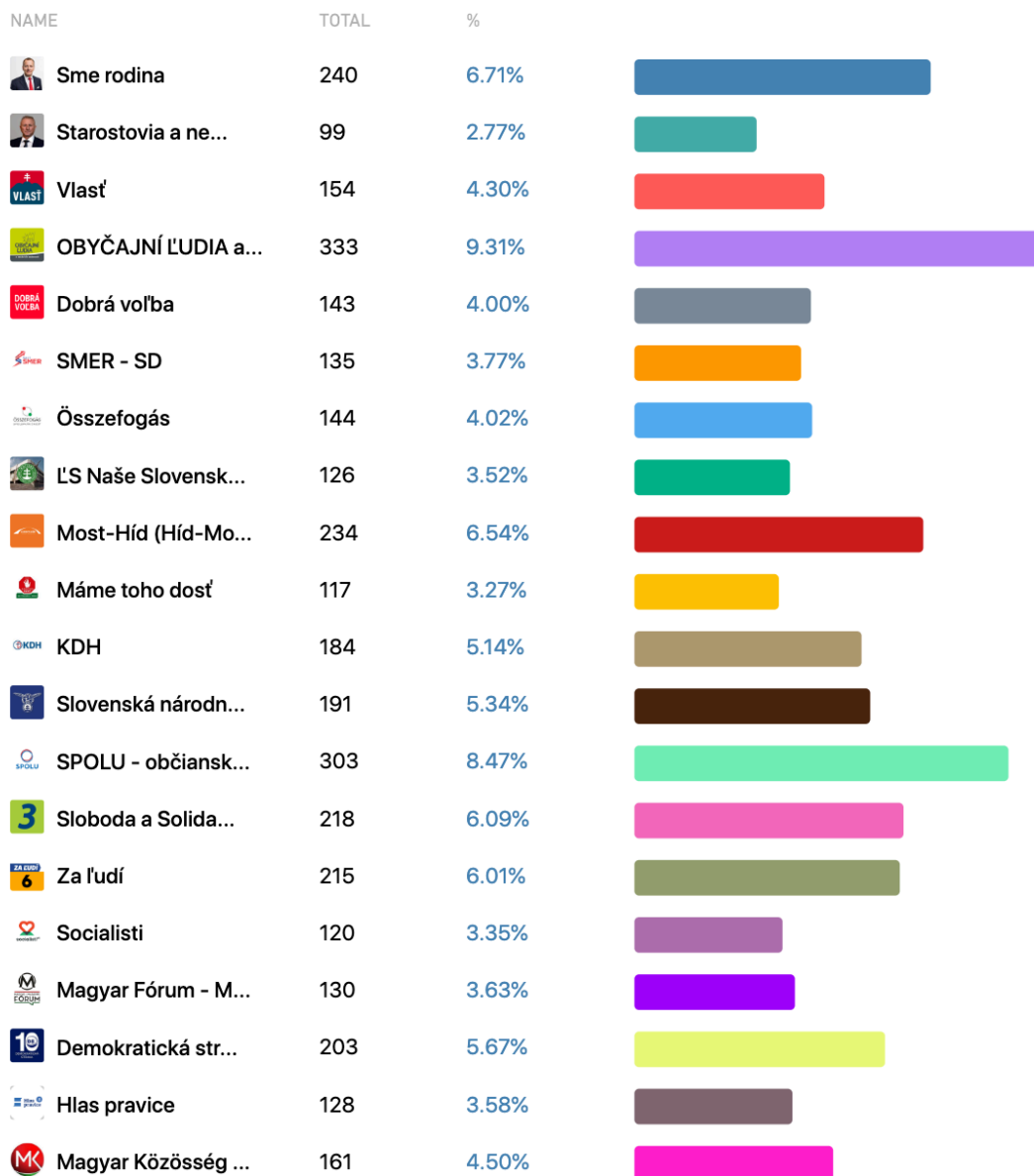
ALL POSTS > TOTAL INTERACTIONS > 11/05/19 - 01/26/20



V našej analýze sme sledovali aj interaktívnosť postov, čiže aký záujem na tejto platforme vyvolali, koľko mali reakcií (emotikonov), zdieľaní či komentárov. V monitorovanom období sme zaznamenali 1 795 410 interakcií, pričom ľudia reagovali nasledovným spôsobom: na fotky (42 %), Facebook videá (34,5 %), Facebook Live (11,67 %) a posty s linkami (10,74 %).








































Graf č. 3

TOP 20 POLITICKÝCH SUBJEKTOV VZHLADOM NA POČET POSTOV



V monitorovanom období zverejnilo najviac postov na svojom oficiálnom facebookovom profile hnutie Obyčajní ľudia a nezávislé osobnosti (OLANO – 333 postov), za nimi nasleduje strana SPOLU (303), SME Rodina (240), MOST-HÍD (234), Sloboda a solidarita (218) a Za ľudí (215). Zo strán súčasnej vládnej koalície mala okrem strany MOST-HÍD SNS 191 postov, až za nimi bol SMER-SD so 135 postami.

Graf č. 4**TOP 20 POLITICKÝCH SUBJEKTOV VZHLADOM NA POČET INTERAKCII**

NAME	TOTAL	REACTIONS	COMMENTS	SHARES	
 Sme rodina	213.8K	164.4K	25.4K	24.0K	
 Vlast'	91.7K	68.5K	13.2K	10.0K	
 OBYČAJNÍ ĽUDIA a...	494.3K	344.3K	69.3K	80.7K	
 Dobrá voľba	47.8K	34.4K	9.6K	3.7K	
 SMER - SD	249.9K	171.9K	43.6K	34.4K	
 Összefogás	31.3K	23.9K	3.5K	3.9K	
 ĽS Naše Slovensk...	36.5K	22.6K	3.9K	10.0K	
 Most-Híd (Híd-Mo...	18.0K	14.4K	1.5K	2.1K	
 Máme toho dosť	27.3K	17.0K	2.0K	8.3K	
 KDH	19.6K	15.5K	1.9K	2.3K	
 Slovenská národn...	172.8K	126.8K	35.6K	10.4K	
 SPOLU - občiansk...	40.6K	31.8K	5.8K	2.9K	
 3 Sloboda a Solida...	110.1K	79.2K	19.6K	11.3K	
 6 Za ľudí	42.9K	32.9K	7.1K	2.8K	
 PS Progresívne Slov...	28.2K	20.1K	7.0K	985	
 Socialisti	25.0K	18.6K	1.5K	5.0K	
 10 Demokratická str...	47.8K	34.3K	6.3K	7.3K	
 Hlas pravyce	11.1K	5.6K	2.1K	3.4K	
 SOLIDARITA – Hnu...	21.3K	12.0K	5.2K	4.0K	
 MK Magyar Közösség ...	17.0K	13.7K	1.1K	2.2K	

Čo sa týka interakcií (súčet reakcií, komentárov a zdieľaní), najviac ich získalo hnutie OĽANO (494 300), potom strana SMER-SD (249 900), ďalej SME Rodina (213 800), SNS (172 800) a SaS (110 098).

Ak sa pozrieme bližšie na reakcie, najviac ich získalo hnutie OĽANO (344 300), druhý bol SMER-SD (171 924) a tretia strana SME Rodina (164,400). OĽANO získalo aj najväčší počet zdieľaní (80 700) a komentárov (69 294).

POST HNUZIA OĽANO „AKTUÁLNE PRED POČIATKOVOU VILOU NA FRANCÚZSKEJ RIVIÉRE“ ZDROJ: FACEBOOKOVÝ PROFIL HNUZIA OĽANO



OBYČAJNÍ LUDIA a nezávislé osobnosti ✓ is [live](#).

1 week ago · 25:43

AKTUÁLNE PRED POČIATKOVOU VILOU NA FRANCÚZSKEJ RIVIÉRE
Nelegálne získaný majetok patrí občanom Slovenskej republiky



501.8K Post Views

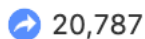
1.57M Total Views



30,601



6,406



20,787

Spomedzi jednotlivých postov získal najviac interakcii post hnutia OĽANO „[AKTUÁLNE PRED POČIATKOVOU VILOU NA FRANCÚZSKEJ RIVIÉRE](#)“, ktorý bol zverejnený 20. januára a na propagáciu ktorého zaplatilo OĽANO na Facebooku a Instagrame okolo 4 500 eur. Tento post mal v čase písania správy (30.1.2020) viac ako 1,5 milióna pozretí, viac ako 30 tisíc reakcií, viac ako 6 tisíc komentárov a skoro 21 tisíc zdieľaní.

POST STRANY ZA ĽUDÍ „AHOJ ROBERT“ ZDROJ: FACEBOOKOVÝ PROFIL STRANY ZA ĽUDÍ



Andrej Kiska ✓

2 weeks ago

AHOJ ROBERT, dlho sme sa nestretli, tak ti píšem otvorený list. Vojdeš do dejín ako človek, ktorý umožnil zlu ovládnuť našu krajinu. Chcem ti otvorene povedať, že za 12 rokov vládnutia si mal všetky možnosti ho zastaviť. To zlo ovládlo aj teba, šíriš ho všade okolo. V každom vyjadrení, na každej tlačovke, v každom videu. Ak v tebe ešte... [See More](#)



27,712 3,778 6,027

Spomedzi príspevkov kandidátov a strán ďalej nasledoval príspevok A. Kisku ([AHOJ ROBERT](#)) zverejnený 15 januára (na propagáciu príspevku na Facebooku zaplatila strana Za ľudí asi 400 eur). Tento post mal v čase písania správy takmer 28 tisíc reakcií, okolo 4 tisíc komentárov a 6 tisíc zdieľaní.

MEMO 98

POST STRANY SMER-SD „,OTVORENÝ LIST KISKOVI - ODPOVEĎ NA JEHO LIST ROBERTOVI FICOVI AHOJ ANDREJ“, ZDROJ: FACEBOOKOVÝ PROFIL STRANY SMER-SD



SMER - SD ✓

2 weeks ago

OTVORENÝ LIST KISKOVI - ODPOVEĎ NA JEHO LIST ROBERTOVI FICOVI AHOJ ANDREJ, nikdy sme sa nestretli, pretože s gaunerami sa nestýkam. Píšem ti otvorený list, pretože ti niekto musí povedať, že iba nemorálne monštrum ako ty dokáže politicky zneužívať vraždu dvoch mladých ľudí. Tak veľmi si chcel svojim listom uraziť Roberta Fica, ale zabúdaš,... [See More](#)



17,781

5,783

4,840

Tretím postom s najväčším počtom interakcií bola odpoveď predsedu strany SMER-SD Roberta Fica na list Andreja Kisku pod názvom „[OTVORENÝ LIST KISKOVI - ODPOVEĎ NA JEHO LIST ROBERTOVI FICOVI AHOJ ANDREJ](#)“, ktorý bol zverejnený tiež 15 januára (na propagáciu príspevku na Facebooku strana zaplatila do 6 000 eur). Tento post mal v čase písania správy okolo 18 tisíc reakcií, okolo 6 tisíc komentárov a 5 tisíc zdieľaní.

TOP 10+ POLITIKOV NA KANDIDÁTKACH POLITICKÝCH STRÁN

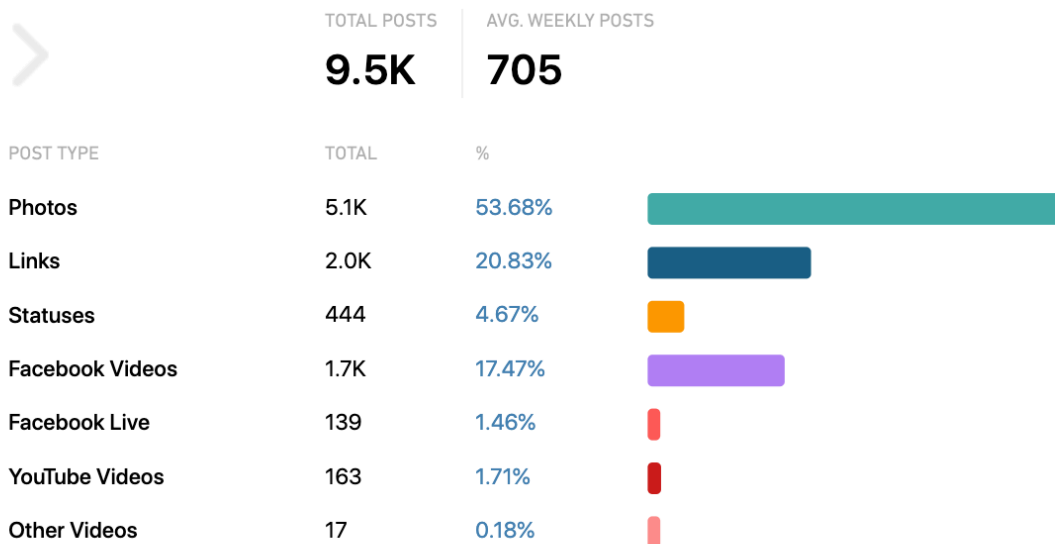
V tejto kategórii sme monitorovali verejne profily prvých desať kandidátov všetkých kandidujúcich subjektov (za predpokladu, že majú verejný profil na Facebooku - a k nim sme pridali ďalších kandidátov, ktorí mali v čase monitoringu 10 000 a viac ľudí sledujúcich ich profily (tzv. followerov) a tiež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

Podobne ako pri profiloch politických strán, aj pri vybraných profiloch monitorovaných politikov sme sledovali, koľko postov vygenerovali za prvú periódu monitoringu. Na 148 facebookových profiloch sledovaných politikov sme za uvedené obdobie zaznamenali 9 533 postov, čo bolo v priemere okolo 705 postov za týždeň. Čo sa týka štruktúry postov, bola nasledovná: fotografie (54%), linky (21%), Facebook videá (17,5%) a samotné textové posty (4,5%).

Graf č. 5

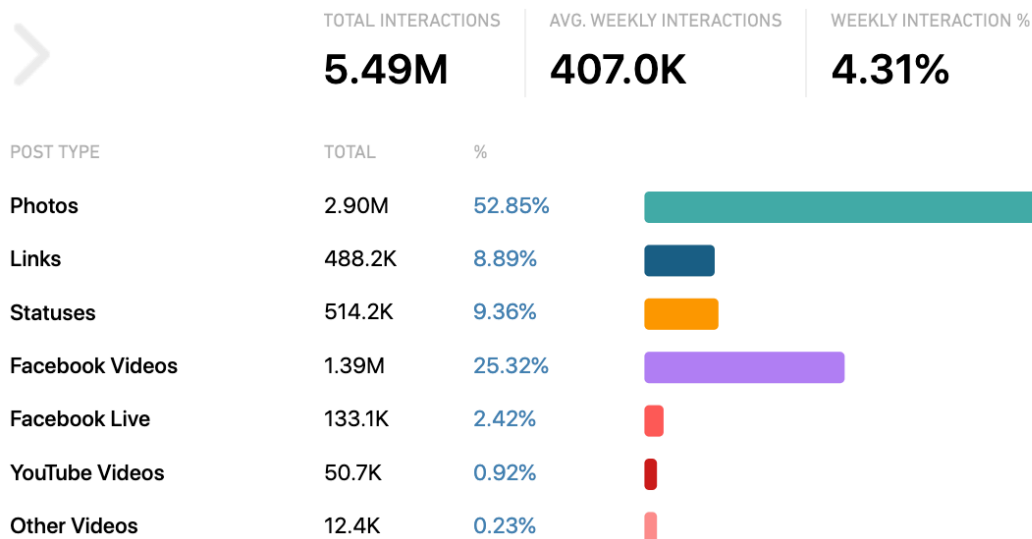
CELKOVÝ POČET POSTOV TOP10+ POLITIKOV A ICH ŠTRUKTÚRA

ALL POSTS > TOTAL POSTS > 11/05/19 - 01/26/20



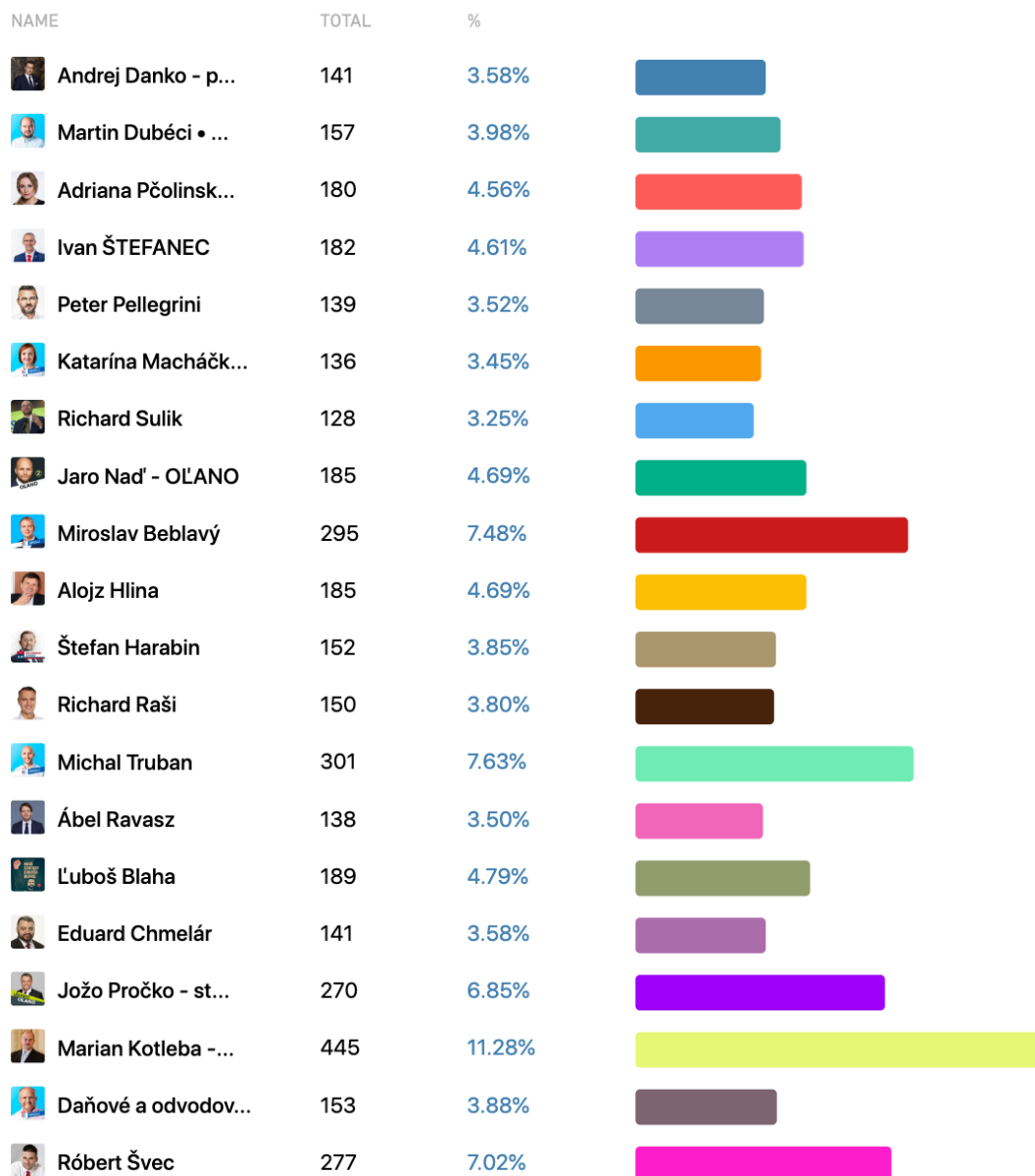
Graf č. 6 CELKOVÝ POČET INTERAKCIÍ NA POSTY TOP10+ POLITIKOV

ALL POSTS > TOTAL INTERACTIONS > 11/05/19 - 01/26/20



Podobne ako pri politických stranách, aj u vybraných politikov sme sledovali interaktívnosť ich postov, čiže aký záujem na tejto platforme vyvolali, koľko mali reakcií, zdieľaní či komentárov. V monitorovanom období sme zaznamenali až 5 496 244 interakcií, pričom ľudia reagovali najviac na fotky (53%), potom Facebook videá (25,5%), a samotné texty postov (9,5%).











Graf č. 7
TOP 20 POLITIKOV (z kategórie TOP10+) VZHLADOM NA POČET POSTOV













Najviac postov sme v sledovanom období zaznamenali u predsedu strany ĽS Naše Slovensko (ĽSNS) Mariána Kotlebu, ktorý zverejnil na svojom oficiálnom Facebookovom profile 445 postov. Na druhom a treťom mieste sa umiestnili lídri koalície PS/SPOLU Michal Truban (301 postov) a Miroslav Beblavý (295). Medzi aktívnych politikov vzhľadom na počet postov patrili tiež predseda Slovenského hnutia obrody Robert Švec (277), kandidát zo strany OĽANO Jozef Pročko (270) a tiež Ľuboš Blaha zo strany SMER-SD (189).

Graf č. 8

TOP 20 POLITIKOV (z kategórie TOP10+) VZHLADOM NA POČET INTERAKCII

	Page Name	Total Interactions	Interaction Rate	Avg. Posts Per Day	Views on Owned Videos	Page Likes
	Average Total	36,608.49	4.665%	0.77	300,955.94	13,442.90
1	 Luboš Blaha ✓	792,853	9.187%	2.3	1.37M	47,449
2	 Peter Pellegrini ✓	355,250	3.022%	1.7	3.79M	86,124
3	 Michal Truban ✓	321,106	3.005%	3.67	3.45M	38,559
4	 Milan Uhrík - europoslanec	282,526	7.87%	1.07	2.43M	44,070
5	 Andrej Kiska ✓	279,186	1.049%	1.24	2.50M	261,365
6	 Jožo Pročko - stránka	253,183	1.741%	3.29	2.67M	57,545
7	 Štefan Harabin	250,989	3.275%	1.85	3.07M	53,587
8	 Robert Fico ✓	232,830	12.037%	0.67	6.08M	36,725
9	 Marian Kotleba - kandidát na prezidenta Slovenskej republiky	229,443	2.536%	5.43	—	22,712
10	 Miroslav Beblavý ✓	200,433	1.918%	3.6	2.32M	43,165

11		Milan Mazurek - poslanec NR SR	195,114	4.548%	1.52	3.54M	37,944
12		Richard Sulik ✓	143,734	1.31%	1.56	1.54M	85,748
13		Eduard Chmelár	133,437	2.484%	1.72	184,578	38,411
14		Andrej Danko - predseda SNS	127,655	1.464%	1.72	834,720	62,291
15		Alojz Hlina	110,829	3.695%	2.26	949,171	17,051
16		Erik Tomáš	94,213	10.091%	0.7	418,958	16,371
17		Jaro Naď - OLANO	91,663	6.355%	2.26	410,740	10,111
18		Veronika Remišová ✓	87,071	2.307%	1.01	39,871	45,703
19		Boris Kollar	84,409	0.639%	1.27	1.45M	127,616
20		Denisa Saková - Ministerka vnútra SR ✓	78,101	4.645%	1.05	1.13M	20,895

Najviac interakcií (súčet reakcií, komentárov a zdieľaní) získal Ľuboš Blaha zo SMERU-SD (792 853), pričom treba poznamenať, že v jeho prípade ide o dlhodobý trend generovania veľkého množstva interakcií. Premiér a volebný líder SMER-SD Peter Pellegrini sa umiestnil za svojím straníckym kolegom, pričom jeho posty vygenerovali o viac ako polovicu menej interakcií (355 250).

Medzi politikov, ktorí mali výraznejší počet interakcií patrili v tomto monitorovanom období aj Michal Truban (321 106), Milan Uhrík (282 526), Andrej Kiska (279 186), Jozef Pročko (253 183) a Štefan Harabín (250 989).

Je zaujímavé, že bývalý premiér a predseda strany SMER-SD zverejnil na svojom oficiálnom profile iba 55 postov, na ktoré získal až 232 830 interakcií.

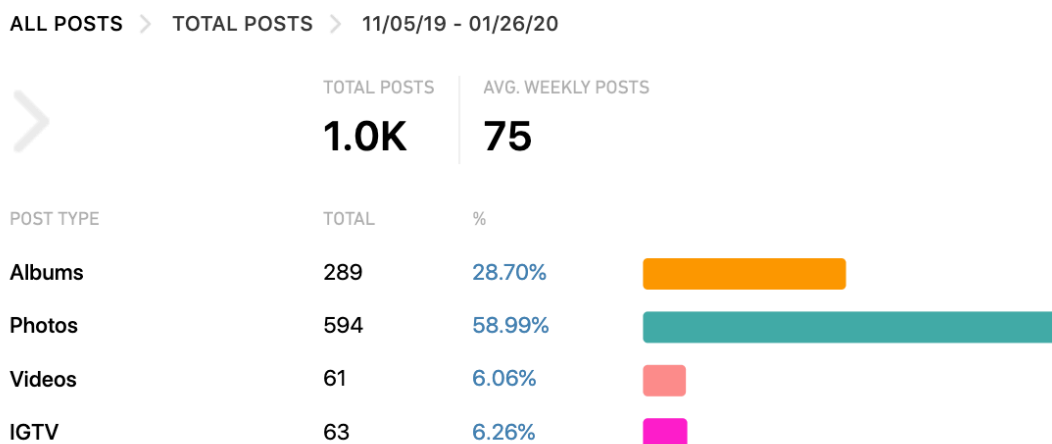
INSTAGRAM

POLITICKÉ SUBJEKTY

Podobne ako v prípade Facebooku, aj pri analýze Instagramu sme zaznamenali trend postupného nárastu počtu postov na oficiálnych Instagramových profiloch monitorovaných politických strán, pričom bolo taktiež vidieť klesajúcu aktivitu v druhej polovicike decembra a opätovný nárast počtu postov od začiatku januára.

Graf č. 9

CELKOVÝ POČET POSTOV POLITICKÝCH SUBJEKTOV A ICH ŠTRUKTÚRA
(5.11.2019 - 26.1.2020)



Za uvedené obdobie vygenerovali monitorované politické strany celkovo 1 007 postov, čo bolo v priemere okolo 75 postov za týždeň. Čo sa týka štruktúry postov, najviac ich bolo vygenerovaných vo forme fotografií (59%), potom fotoalbumov (29%), Instagram TV (6,5%) a videí (6%).

Podobne ako na Facebooku, aj na Instagrame sme sledovali aj interaktívnosť postov, pre Instagram to znamená súčet *likes* (palec hore) a komentárov. V monitorovanom období sme zaznamenali 119 600 interakcií, pričom užívatelia reagovali nasledovne: na fotky (57%), fotoalbumy (34,5%), Instagram TV (4,5%) a videá (4%).

Graf č. 10

CELKOVÝ POČET INTERAKCIÍ NA RÔZNE TYPY POSTOV POLITICKÝCH SUBJEKTOV

ALL POSTS > TOTAL INTERACTIONS > 11/05/19 - 01/26/20

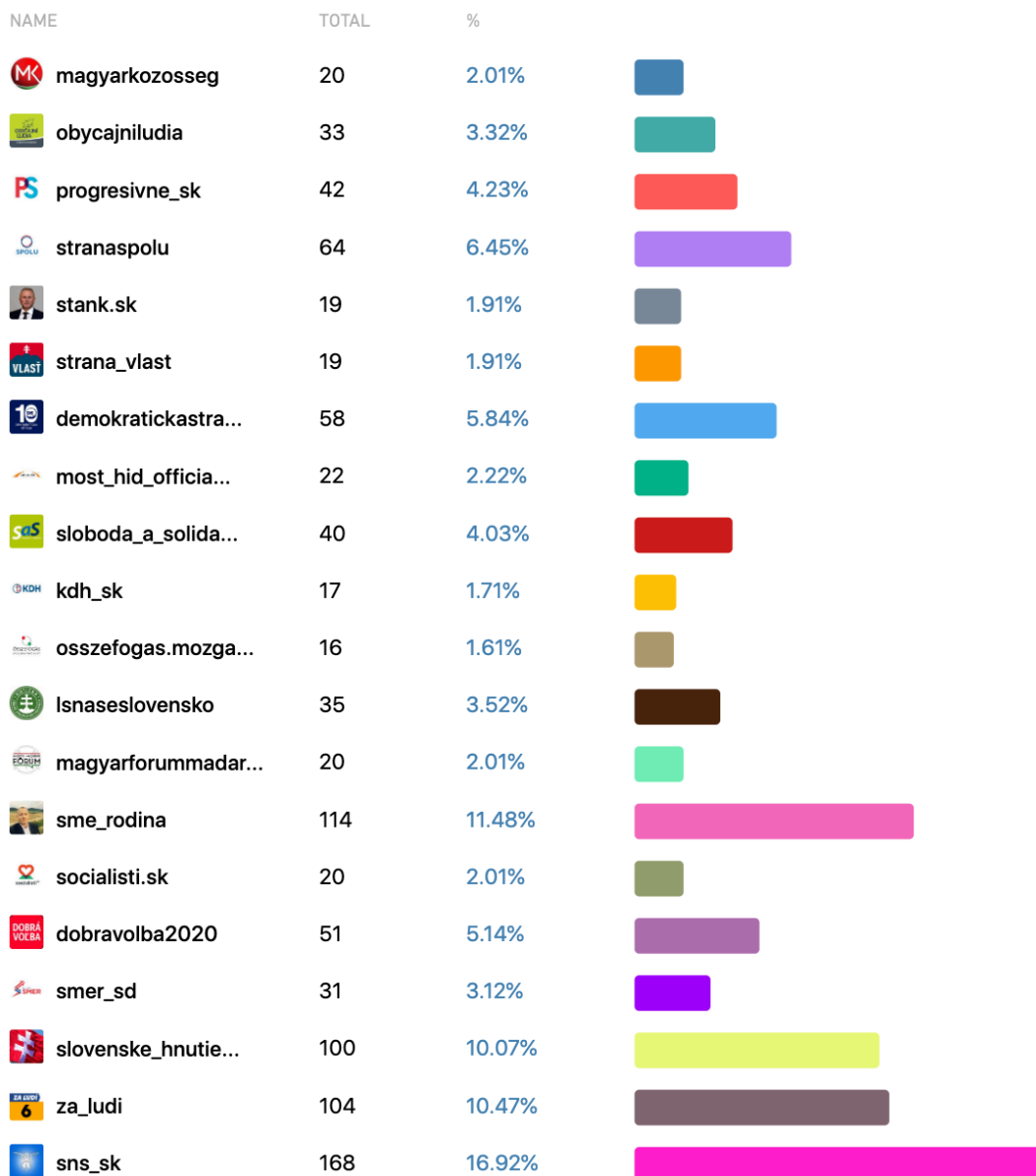
TOTAL INTERACTIONS | AVG. WEEKLY INTERACTIONS | WEEKLY INTERACTION %

119.6K | **8.9K** | **5.48%**

POST TYPE	TOTAL	%	
Albums	41.3K	34.49%	
Photos	68.4K	57.16%	
Videos	4.8K	4.02%	
IGTV	5.2K	4.33%	

Graf č. 11










TOP 20 POLITICKÝCH SUBJEKTOV VZHLADOM NA POČET POSTOV



V monitorovanom období zverejnila najviac postov na svojom oficiálnom instagramovom profile strana SNS (168 postov), za ňou nasleduje strana SME Rodina (114), Za ľudí (104), Slovenské hnutie obrody (100) a SPOLU (64). Zo strán súčasnej vládnej koalície mala okrem už spomínanej strany SNS strana SMER-SD 31 postov a Most-Híd 22 postov.

Graf č. 12
TOP 20 POLITICKÝCH SUBJEKTOV VZHLADOM NA POČET INTERAKCII

	Account Name	Total Interactions	Interaction Rate	Avg. Posts Per Day	Video Views	Account Followers
	Average Total	4,984.33	3.703%	0.51	3,978.38	2,638.58
1	za_ludi	28,873	2.762%	1.27	14,644	11,036
2	obycajniludia ✓	21,220	9.001%	0.4	21,204	8,168
3	sme_rodina	17,113	1.553%	1.39	8,132	10,094
4	progresivne_sk	16,452	3.489%	0.51	18,729	12,417
5	stranaspolu ✓	9,076	2.478%	0.78	7,371	5,691
6	sns_sk	6,334	2.611%	2.05	4,357	1,484
7	sloboda_a_solidarita	5,719	1.994%	0.49	6,761	7,406
8	Isnaseslovensko	3,021	9.954%	0.43	3,615	864
9	slovenske_hnutie_obrody	2,322	5.852%	1.22	198	397
10	demokratickastrana	2,245	2.752%	0.71	—	1,381

11		smer_sd	2,196	7.4%	0.38	2,672	1,157
12		dobravolba2020	1,633	7.425%	0.62	3,954	431
13		kdh_sk	725	—	0.21	1,346	—
14		strana_vlast	636	17.46%	0.23	152	189
15		osszefogas.mozgalom	615	—	0.2	—	—
16		most_hid_official	414	2.647%	0.27	1,121	680
17		magyarkozosseg	325	—	0.24	100	—
18		socialisti.sk	260	11.504%	0.24	174	113
19		stank.sk	238	—	0.23	60	—
20		hlaspravice	122	—	0.17	258	—

Čo sa týka interakcií (súčet *likes* a komentárov), najviac ich získala strana Za ľudí (28 873), hnutie OĽANO (21 220), SME Rodina (17 113), Progresívne Slovensko (16 452) a SPOLU (9 076).

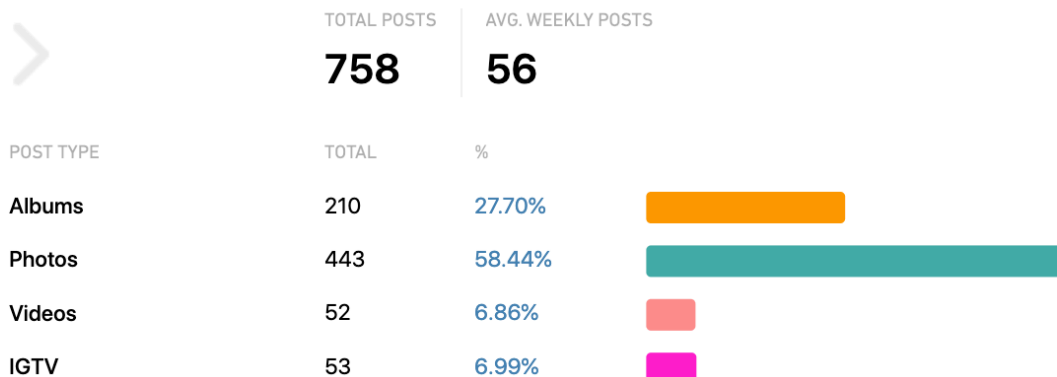
V rebríčku postov na Instagrame ktoré získali najviac interakcií, dominovali príspevky A. Kisku resp. strany Za ľudí. Medzi prvými piatimi až štyri patrili A. Kiskovi (vrátane prvého a druhého). Medzi prvými desiatimi príspevkami päť patrilo bývalému prezidentovi, dva P. Pellegrinimu a po jednom uverejnili M. Truban, B. Kollár a OĽANO.

LÍDRI POLITICKÝCH STRÁN a HNUTÍ

V tejto kategórii sme monitorovali verejné profily lídrov kandidátok a predsedov (ak nie sú lídrami kandidátok) kandidujúcich subjektov (za predpokladu, že majú verejný profil na Instagrame), čo bolo spolu 28 profilov. Podobne ako pri profiloch politických strán, aj u vybraných profiloch monitorovaných politikov sme sledovali, koľko postov vygenerovali za prvú periódu monitoringu. Na 28 instagramových profiloch sledovaných politikov sme za uvedené obdobie zaznamenali 758 postov, čo bolo v priemere okolo 56 postov za týždeň. Čo sa týka štruktúry postov, jednoznačne najviac bolo tých, kde boli fotografie (58,5%) a fotoalbumy (27,70 %), v oveľa menšej miere potom Instagram TV a videá (obe po 7%).

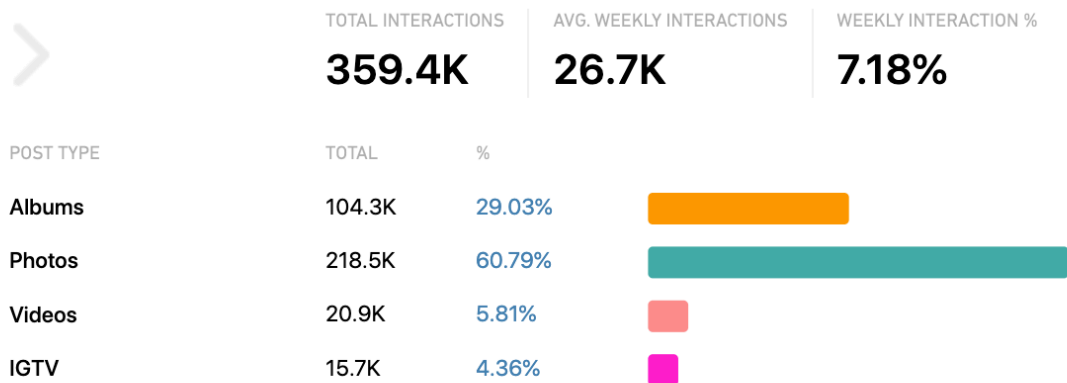
Graf č. 13 CELKOVÝ POČET POSTOV POLITICKÝCH LÍDROV A ICH ŠTRUKTÚRA

ALL POSTS > TOTAL POSTS > 11/05/19 - 01/26/20



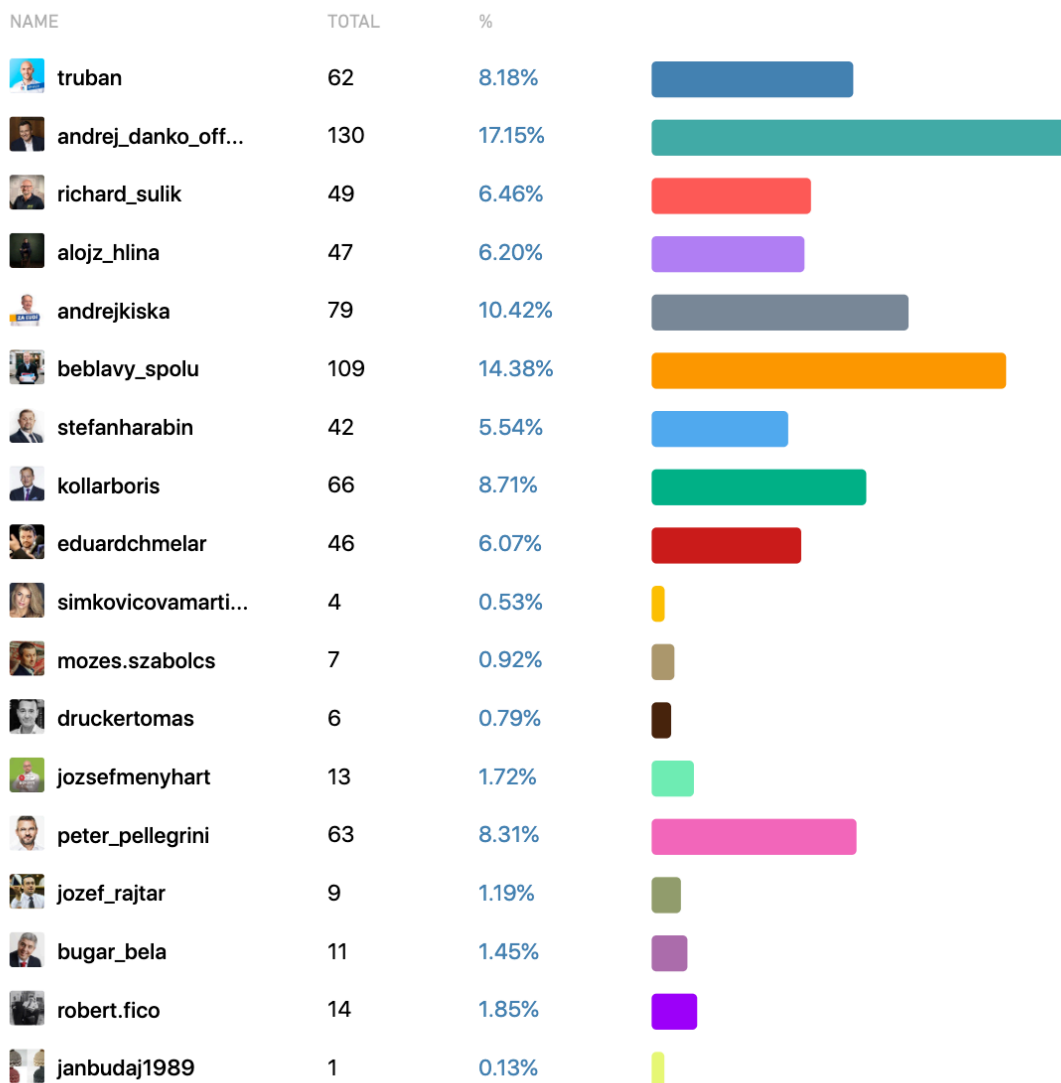
Graf č. 14 CELKOVÝ POČET INTERAKCIÍ NA POSTY LÍDROV

ALL POSTS > TOTAL INTERACTIONS > 11/05/19 - 01/26/20







































Podobne ako pri politických stranách, aj u lídrov sme sledovali interaktívnosť ich postov, čiže aký záujem na tejto platforme vyvolali, koľko mali *likes* a komentárov. V monitorovanom období sme zaznamenali 359 400 interakcií, pričom ľudia reagovali podobne ako pri stranách – jednoznačne dominovali fotky (61%) a fotoalbumy (29%), videá (6%) a Instagram TV (4,5%) boli využívané oveľa menej.

Graf č. 15
TOP 20 LÍDROV VZHLADOM NA POČET POSTOV



Najviac postov sme v sledovanom období zaznamenali u predsedu strany SNS Andreja Danka, ktorý zverejnil na svojom oficiálnom instagramovom profile 130 postov. Za ním nasledoval predseda strany SPOLU Miroslav Beblavý (109 postov) a potom predseda strany Za ľudí Andrej Kiska (79).

Graf č. 16
TOP 20 LÍDROV VZHLADOM NA POČET INTERAKCII

NAME	TOTAL	LIKES	COMMENTS	
 truban	42.8K	41.7K	1.2K	
 andrej_danko_off...	14.1K	13.6K	559	
 richard_sulik	17.6K	17.1K	435	
 alojz_hlina	2.2K	2.2K	30	
 andrejkiska	122.5K	119.9K	2.6K	
 beblavy_spolu	13.2K	13.0K	270	
 stefanharabin	11.6K	11.0K	657	
 kollarboris	61.2K	59.5K	1.6K	
 eduardchmelar	2.3K	2.2K	67	
 simkovicovamarti...	813	792	21	
 mozes.szabolcs	54	53	1	
 druckertomas	910	865	45	
 jozsefmenyhart	780	776	4	
 peter_pellegrini	63.8K	62.3K	1.5K	
 jozef_rajtar	366	359	7	
 bugar_bela	658	638	20	
 robert.fico	4.9K	4.6K	294	
 janbudaj1989	21	19	2	

Najviac interakcií získal bývalý prezident Andrej Kiska (122 500). Druhý v poradí bol Peter Pellegrini zo strany SMER-SD (63 800) a tretí Boris Kollár zo SME Rodina (61 200).

METODOLÓGIA

MEMO 98 sa dlhodobo venuje zobrazovaniu politických subjektov a ich predstaviteľov v médiách na Slovensku ako aj v zahraničí, naposledy počas kampane k prezidentským voľbám 2019.⁴

Táto správa je prvou zo série analýz mediálnej aktivity a pokrytia kandidátov, kandidujúcich subjektov a ich lídrov, ako aj vybraných politikov v kampani pred voľbami do NR SR. Parlamentné voľby 2020 boli rozhodnutím predsedu NR SR Andreja Danka vyhlásené 4.11.2019 a toto rozhodnutie bolo uverejnené 5.11.2019, čím sa oficiálne začala volebná kampaň. Správa zahŕňa obdobie 12 týždňov, teda takmer 3 mesiace **od 5.11.2019 do 26.1.2019**, mesiac pred skončením kampane (dňa 27.2. začína 48-hodinové volebné moratórium).

Správa prináša reflexiu aktivity kandidujúcich politických subjektov a vybraných individuálnych aktérov na dvoch najrozšírenejších sociálnych sieťach, Facebooku a Instagrame. Predmetom analýzy boli nasledovné kategórie:

Facebook (verejne prístupné 'public pages')⁵:

- **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;
- **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;

Instagram (verejne prístupné 'accounts'):

- **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). Verejné účty (accounts) má 24 z celkových 31 politických strán a hnutí;

⁴ 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.

⁵ Public pages, ktoré boli neaktívne od začiatku roka 2019, neboli brané do úvahy.

- **Lídri**

Lídri kandidátok a tiež predsedovia kandidujúcich subjektov, ak sú súčasťou kandidátky. Verejné účty má 26 z celkových 36 lídrov a predsedov, celkovo bolo analyzovaných 28 účtov⁶;

Sledovanými jednotkami boli *post*⁷ a *interakcia*⁸. Dáta boli kvôli ustáleniu zozbierané a vyhodnotené po 3 dňoch od konca sledovaného obdobia prostredníctvom [Crowdtangle](#).⁹

⁶ František Gögh a Marian Kotleba majú dva verejné účty.

⁷ 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.

⁸ Za *interakciu* na Facebooku sa považuje samostatne každá reakcia (reaction - like, love, haha, wow, sad, angry), komentár (comment) a zdieľanie (share). Za *interakciu* na Instagrame sa považuje samostatne každá reakcia (like) a komentár.

⁹ "This data cited is sourced from CrowdTangle, a social media analytics tool owned by Facebook. CrowdTangle 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."