



# **Politické subjekty a kandidáti v spravodajstve televízií**

## ***Parlamentné voľby 2020 Správa č.2***

***11. február 2020  
Bratislava***

MEMO 98

**AUTORI**

Ivan Godársky

Marek Mračka

Rasťo Kužel

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

## ÚVOD

Monitorovaniu médií počas volieb sa na Slovensku ako aj v zahraničí venujeme dlhodobo. Naša prvá [správa](#), ktorú sme uverejnili 31. januára, 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 (celkový počet reakcií, komentárov a zdieľaní) politických strán, ich lídrov a top kandidátov. *Facebook* a *Instagram* sme sa rozhodli monitorovať vzhľadom na globálny trend rastúceho vplyvu týchto sociálnych médií počas volieb.

Keďže sme však chceli mať čo najpresnejšie a najaktuálnejšie údaje o tom, z akých zdrojov čerpajú ľudia na Slovensku informácie o domácej politike, objednali sme si u agentúry Focus exkluzívny prieskum, ktorý bol realizovaný v druhej polovici januára 2020.

Z výsledkov prieskumu vyplýva, že informácie o domácej politike čerpá väčšina obyvateľov najčastejšie z **televízie**, ktorú uvádza na prvom mieste ako zdroj až **52%** respondentov. V rámci nej sú ako konkrétne najčastejšie sledované televízne stanice uvádzané *TV Markíza* a *RTVS*. *TV Markízu* uviedla tretina opýtaných (33%), pre ktorých je televízia prvým najčastejším zdrojom informácií a *RTVS* 28% opýtaných. *TV JOJ* uviedla pätina takýchto respondentov (19%) a *TA3* ďalších 12% respondentov.

**Online médiá** na internete (web stránky) ako prvý najčastejší zdroj informácií o domácom politickom dianí uviedlo **17%** respondentov. Títo opýtaní najčastejšie sledujú stránku *aktuality.sk* (27%). Nasledujú stránky *sme.sk* (10%), *topky.sk* (9%) a *denníkn.sk* (7%).

**Sociálnu sieť** ako prvý najčastejší zdroj informácií o domácom politickom dianí uviedlo **9%** respondentov. V rámci sociálnych sietí jednoznačne dominuje *Facebook*, ktorý uviedla absolútna väčšina respondentov (99%). Čo sa týka *YouTube*, ako prvý najčastejší zdroj informácií o politickom dianí ho uviedlo iba 1% opýtaných.

**Vlastné okolie** (známi, priatelia, kolegovia) uviedlo ako najčastejší zdroj o domácej politike **8%** respondentov. **Rádio** je prvým najčastejším zdrojom informácií o domácom politickom dianí pre **7%** opýtaných. Najčastejšie je počúvané *Rádio Slovensko* (RTVS) – uvádza ho 56% respondentov, pre ktorých je rádio prvým najčastejším zdrojom informácií. Nasledujú rádiá *Expres* (20%) a *Vlna* (5%). **Tlač** je prvým najčastejším zdrojom informácií o domácom politickom dianí pre **5%** opýtaných. Najčastejšie je pritom medzi nimi čítaný denník *Pravda* (24%), *Nový čas* (20%) a *SME* (16%).

Ak sa pozrieme na zdroje informácií o domácom politickom dianí **podľa sociálno-demografických charakteristík**, televíziu uvádzajú ako prvý zdroj informácií najmä starší ľudia (až 95% vo vekovej skupine 65+ a 94% vo vekovej skupine 55-64 rokov). Podobne je to aj v prípade čerpania informácií z rádia (84 a 68% v dvoch najstarších vekových skupinách) a tiež v prípade čerpania informácií od známych, priateľov

a kolegov (po 55% v týchto vekových skupinách). Na druhej strane online médiá používajú ako informačný zdroj najmä mladší ľudia a stredná generácia (najviac v kategórií 25-34 rokov, kde je to 55%). Čo sa týka sociálnych sietí, najviac (až 65%) ich využívajú ľudia v najmladšej sledovanej vekovej skupine (18-24 rokov), pričom táto skupina tiež najviac používa ako zdroj informácií *YouTube* (25%).

Ak sa pozrieme na výsledky prieskumu **vzhlľadom na volebné preferencie** daných respondentov, televíziu ako najčastejší zdroj informácií o domácom politickom dianí uvádzajú najmä voliči SMER-SD (94%), SaS (91%) a SNS (90%). Pre porovnanie, najmenej je to u voličov PS/Spolu (77%) a voličov Kotlebovci-ĽSNS (76%). Rádio ako najčastejší zdroj informácií o domácom politickom dianí uvádzajú voliči KDĽK (77%), SNS (73%) a SMER-SD (70%). Online médiá používajú ako najčastejší zdroj informácií hlavne voliči PS/Spolu (55%), voliči Kotlebovci-ĽSNS (47%) a OĽANO (46%). Čo sa týka sociálnych sietí, najčastejšie ich ako zdroj informácií o domácej politike používajú voliči Kotlebovci-ĽSNS (48%), PS/Spolu (46%) a OĽANO (44%). Keď sa pozrieme na skupinu nerozhodnutých, ako najčastejší zdroj sú uvádzaní známi, priatelia a kolegovia (50%), potom online médiá (42%) a sociálne siete (36%).

Na základe výsledkov prieskumu sme sa preto v kontexte nadchádzajúcich volieb rozhodli zamerať na monitoring celoplošných televízií, online verzií vybraných médií, ako aj hlavných sociálnych médií.

Naša druhá správa analyzuje prezentáciu kandidujúcich strán, hnutí, a ich lídrov v hlavných spravodajských reláciách celoplošne vysielajúcich televízií – RTVS, TV Markíza TV Joj a TA3 – počas troch týždňov kampane od polovice januára (14.1.-3.2.).<sup>1</sup> Správa zároveň prináša analýzu mediálnej prezentácie aj niektorých iných politických subjektov (prezident SR, vláda SR). Sledovanými kritériami bol priestor, ktorý médiá venovali stranám, hnutiam a iným subjektom, ako aj spôsob (pozitívny/neutrálny/negatívny), akým boli prezentované.

---

<sup>1</sup> Pri spravodajstve TV Markíza a TV JOJ obdobie začalo od 15.1. Analýza diskusných relácií zahŕňala obdobie 5.11.2019 – 9.2.2020.

## HLAVNÉ ZISTENIA

- Pokiaľ ide o kandidujúce strany a hnutia, najzobrazovanejšími boli v sumáre vládne SNS (14%) a Smer-SD (13%) – SNS v TA3 a vo verejnoprávnej RTVS, zatiaľ čo Smer-SD v JOJ-ke a v Markíze. Všetky ďalšie strany získali menej ako 5%.
- Pokiaľ ide o spôsob, väčšina informácií o kandidujúcich subjektoch bola neutrálna. Zaznamenali sme aj výrazný podiel kritických informácií – negatívnych bolo 55% informácií o strane Kotlebovci-ĽSNS (v JOJ-ke 72%), 27% o SMER-SD, 22% o SNS. Z TOP10 najzobrazovanejších subjektov mala iba SaS väčší podiel pozitívnych ako negatívnych informácií.
- V monitorovanom období rezonovali viaceré celospoločenské témy – *Vyšetrovanie vraždy Jána Kuciaka a jeho snúbenice Marty Kušnírovej* (dominovala v každej z televízií, súhrnne mala vo všetkých televíziách podiel 14%, najväčší v TV JOJ – 21% a najmenej v TA3 – 9%).
- Pokiaľ ide o kampaň a jej jednotlivé aspekty, jednoznačne najvýraznejší priestor v sumáre všetkých televízií bol venovaný samotnému priebehu kampane (*kampaň – témy, posolstvá*) - 82 minút (7%). Išlo celkovo o druhú najzobrazovanejšiu tému.
- Celkovo však bola volebná kampaň výraznejšie prezentovaná iba v spravodajstve TV Markíza, ktorá jej celkovo venovala takmer 70 minút (približne 3,5 minúty denne). Televízia pokryla 8 rôznych aspektov kampane, najviac zo všetkých televízií. Z týchto aspektov bola najzobrazovanejšou (celkovo tretou v jej spravodajstve) *kampaň-témy, posolstvá* (vyše 31 minút).
- V RTVS išlo o 6 predvolebných tém (v súhrnne okolo 39 minút). JOJ-ka a TA3 priniesli informácie o 5 aspektoch spojených s kampaňou (26 a 21 minút v súhrne). Verejnoprávna RTVS a súkromná TV JOJ venovali tiež najviac priestoru téme *kampaň-témy, posolstvá* (19 a 18 minút) – v JOJ-ke išlo o druhú a v RTVS o tretiu najprezentovanejšiu tému. TA3 venovala kampani súhrnne najmenej času a aj jej najzobrazovanejšia téma (*kampaň-témy, posolstvá*) bola až šiestou v jej spravodajstve.
- Tak ako v minulých sledovaných obdobiach, všetky televízie venovali najväčší priestor vláde - v sumáre monitorovaných televízií to bolo 35%. Najväčší podiel za monitorované obdobie jej venovala RTVS (42%).
- V pravidelných politických diskusiách vo verejnoprávnej RTVS a predovšetkým v TA3 dominuje jednoznačne Smer-SD a SNS – v RTVS bola SNS najpozývanejšou stranou (5-krát), zatiaľ čo dlhodobu preferenčne silnejšie PS/Spolu a Za ľudí dokopy 4, v TA3 išlo o pomer 22:4 (13 predstavitelia Smeru-SD a 9 zástupcovia SNS).

## POLITICKÉ SUBJEKTY

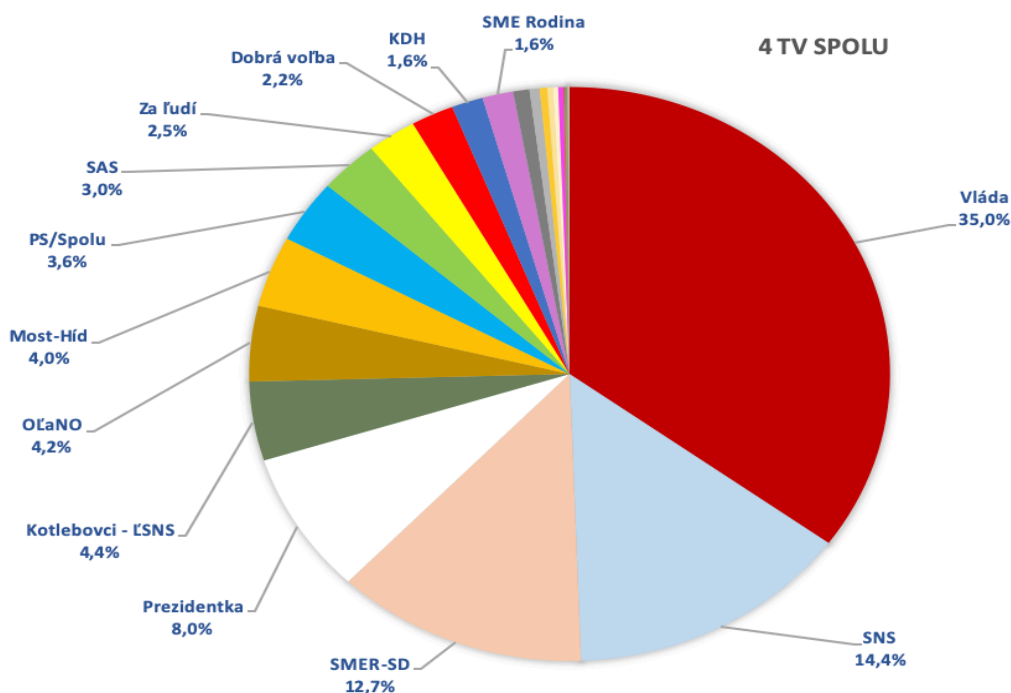
Najväčší priestor zo subjektov v sumáre monitorovaných televízií dostala vláda (35%), podobne ako to bolo aj v obdobiach pred niekoľkými predchádzajúcimi voľbami. Jednoznačne najviac priestoru v hlavných spravodajských reláciách venovala vláde RTVS (skoro 42,3%), nasledovaná TV Joj (39,6%). Menší podiel priestoru získala vláda v TA3 (30,7%) a v TV Markíza (29,5%).

U RTVS a TV Joj vidieť istú podobnosť s obdobiami pred niekoľkými predchádzajúcimi voľbami, kedy obe venovali vláde pomerne veľký priestor, avšak v prípade RTVS bol v minulosti viditeľný istý posun smerom k jeho zmenšovaniu v období po začiatku oficiálnej kampane (tu treba pripomenúť, že oficiálna kampaň v médiách trvala výrazne kratšie). V porovnaní s predchádzajúcimi voľbami je vidieť rozdiel v spravodajstve TA3, ktoré zvyklo venovať vláde pomerne veľký priestor. V prípade TV Markíza ide naopak o dlhodobý trend - vláda pomerne stabilne dostáva v tejto televízii pred voľbami okolo 30%.

V prípade kandidujúcich subjektov najviac priestoru v sumáre monitorovaných televízií dostala SNS (viac ako 14,4%), nasledovaná stranou SMER-SD (12,7%), pričom tretia strana vládnej koalície Most-Híd získala 4%. Z opozičných kandidujúcich strán dostala najviac priestoru strana Kotlebovci-ĽSNS (4,4%), OĽANO (4,2%) a koalícia PS/Spolu (3,6%). Nasledovali SaS (3,0%) a strana Za ľudí (2,5%).

### Graf č. 1

*Priestor pre politické subjekty v spravodajstve – súhrn televízií (14.1. - 3.2.2020)*



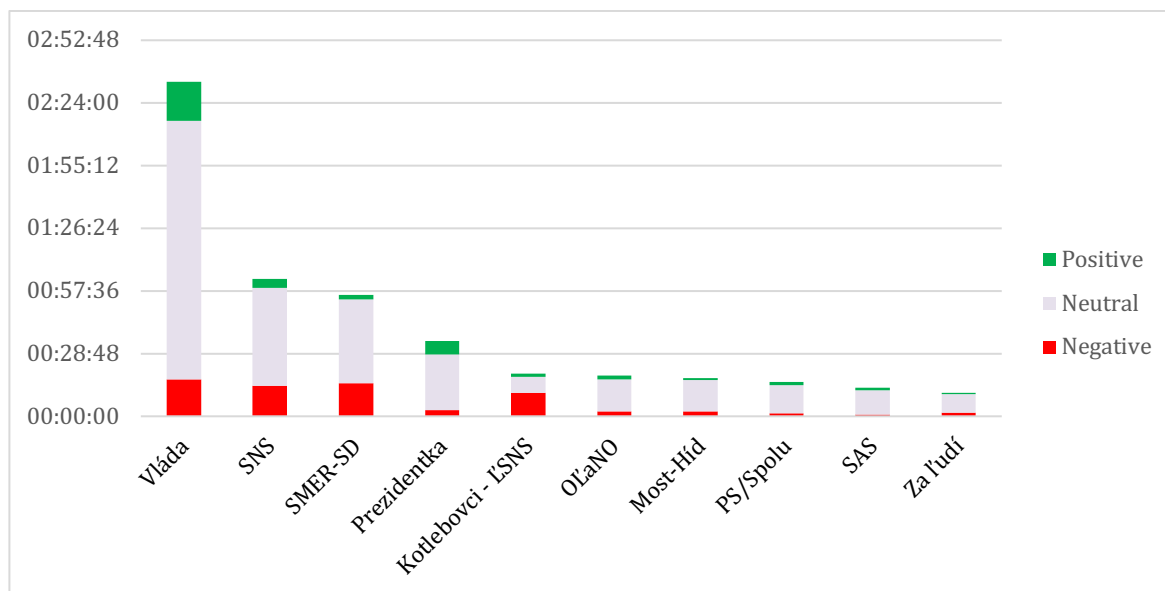
MEMO 98

Pokiaľ ide o spôsob prezentácie, väčšina informácií o kandidujúcich subjektoch ako aj o vláde či prezidentke bola neutrálna, aj keď sme zaznamenali aj dosť výrazný podiel kritických informácií v súvislosti s niektorými aktérmi. Týkalo sa to hlavne strany Kotlebovci-ĽSNS (negatívnych bolo 55% informácií, najviac v JOJ-ke, 72%), ale aj u strany SMER-SD (celkovo 27% informácií) a taktiež SNS (viac ako 22% informácií), v prípade strany predsedu NR SR sa na tom výrazne podpísal záznam telefonátu s obvinenou A. Zsuzsovou, aj v kontexte vyjadrení Andreja Danka v minulosti.

Vláda bola celkovo prezentovaná neutrálne (asi 80% informácií o vláde malo neutrálny charakter), ale zároveň prevažovali pozitívne nad negatívnymi informáciami. Z top10 najzobrazovanejších strán mala najpozitívnejší obraz prezidentka Zuzana Čaputová a zo strán mala iba SaS väčší podiel pozitívnych ako negatívnych informácií.

## Graf č. 2

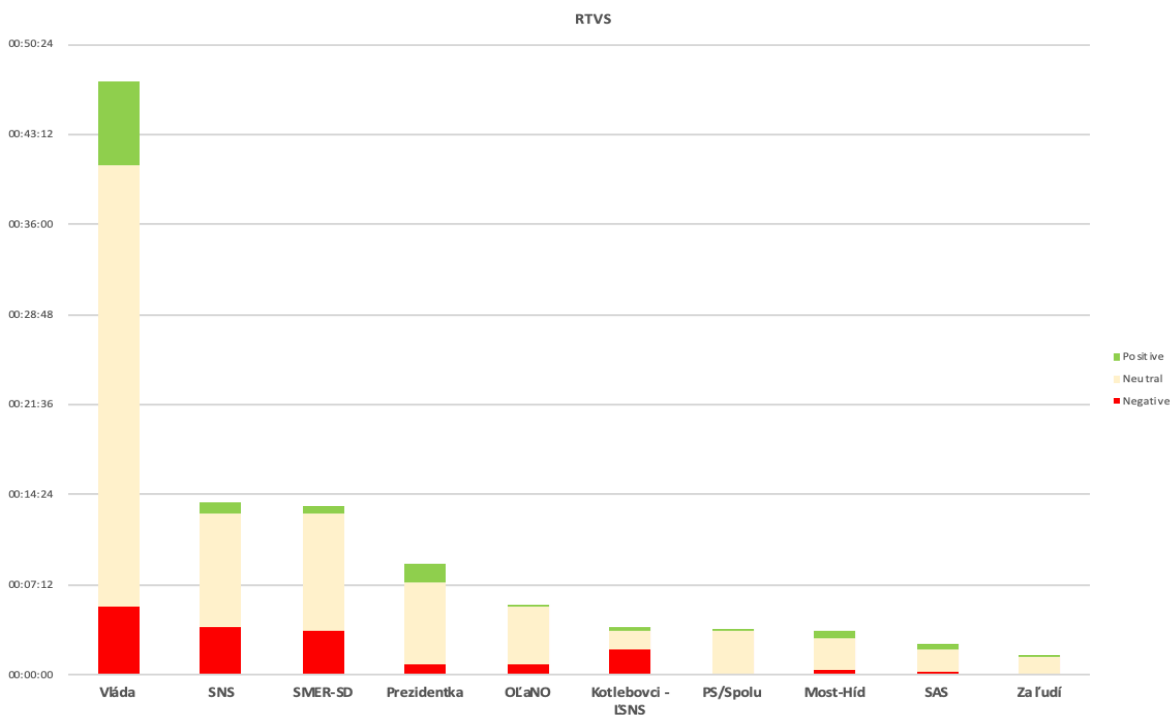
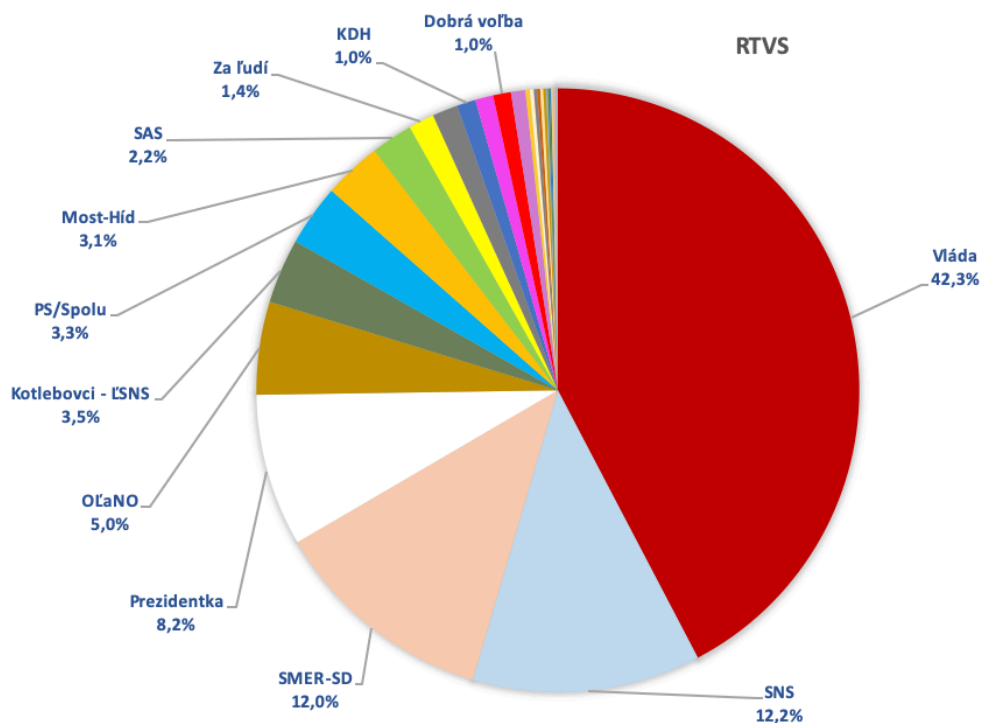
**Spôsob prezentácie politických subjektov v spravodajstve – súhrn televízií (14.1. - 3.2.2020)**



RTVS venovala porovnateľne veľký podiel spravodajského času dvom vládnym stranám SNS (12,2%) a SMER-SD (12%) – len pre porovnanie, Most-Híd ako tretia strana koalície získala iba 3,1%. Spolu s výrazným priestorom, ktorý verejnoprávna televízia poskytla vláde, išlo celkovo o dve tretiny (66,5%) relevantného politického priestoru.

## Grafy č. 3-4

Priestor a tón pre politické subjekty v spravodajstve – RTVS (14.1. - 3.2.2020)



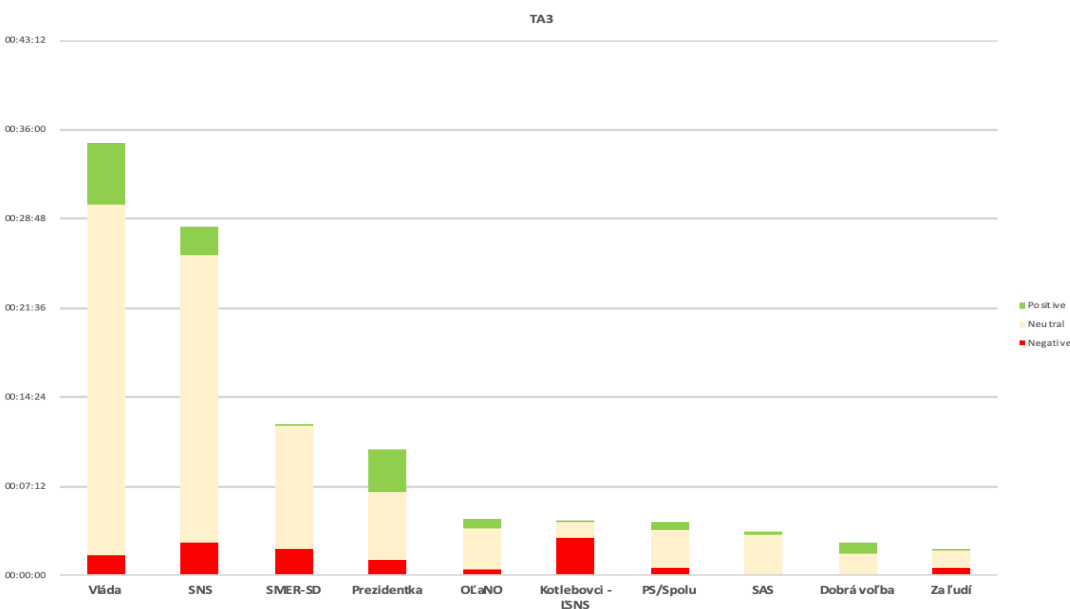
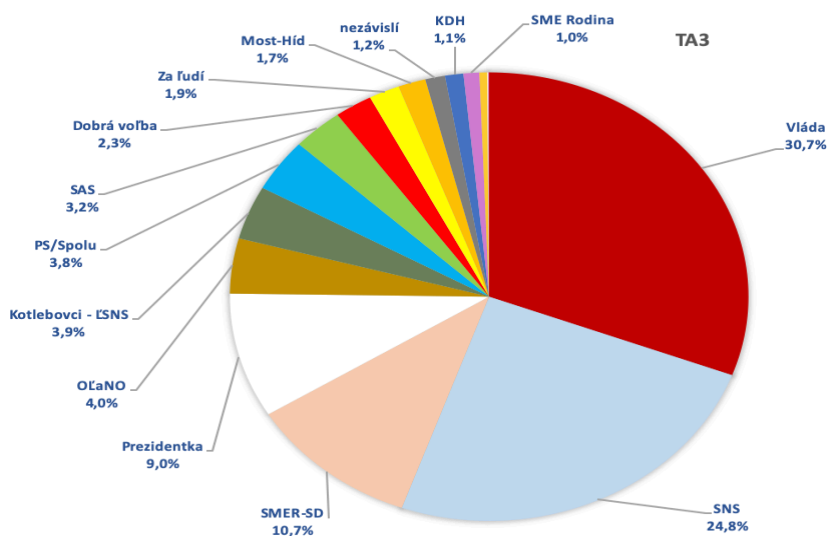
MEMO 98



V spravodajstve TA3 jednoznačne dominovala SNS, ktorá získala 24,8% spravodajského priestoru, čo je jednoznačne najväčší pomer času venovaného jednotlivým stranám medzi všetkými televíziami. Druhou prezentovanou bola opäť vládna SMER-SD (10,7%). Naopak, všetky ďalšie strany získali maximálne 4% (OĽaNO, Kotlebovci-ĽSNS, PS/Spolu). Pokiaľ ide spôsob informovania, televízia priniesla najmenší podiel negatívne ladených informácií, pričom z hlavných politických subjektov mali v tejto televízii výrazne negatívnejší obraz iba Kotlebovci-ĽSNS a SMER-SD. TA3 bola zároveň jedinou televíziou, kde mala SNS porovnateľný podiel negatívnych a pozitívnych informácií – inde, predovšetkým v TV Joj, bola zobrazená kritickejšie.

### Grafy č. 5-6

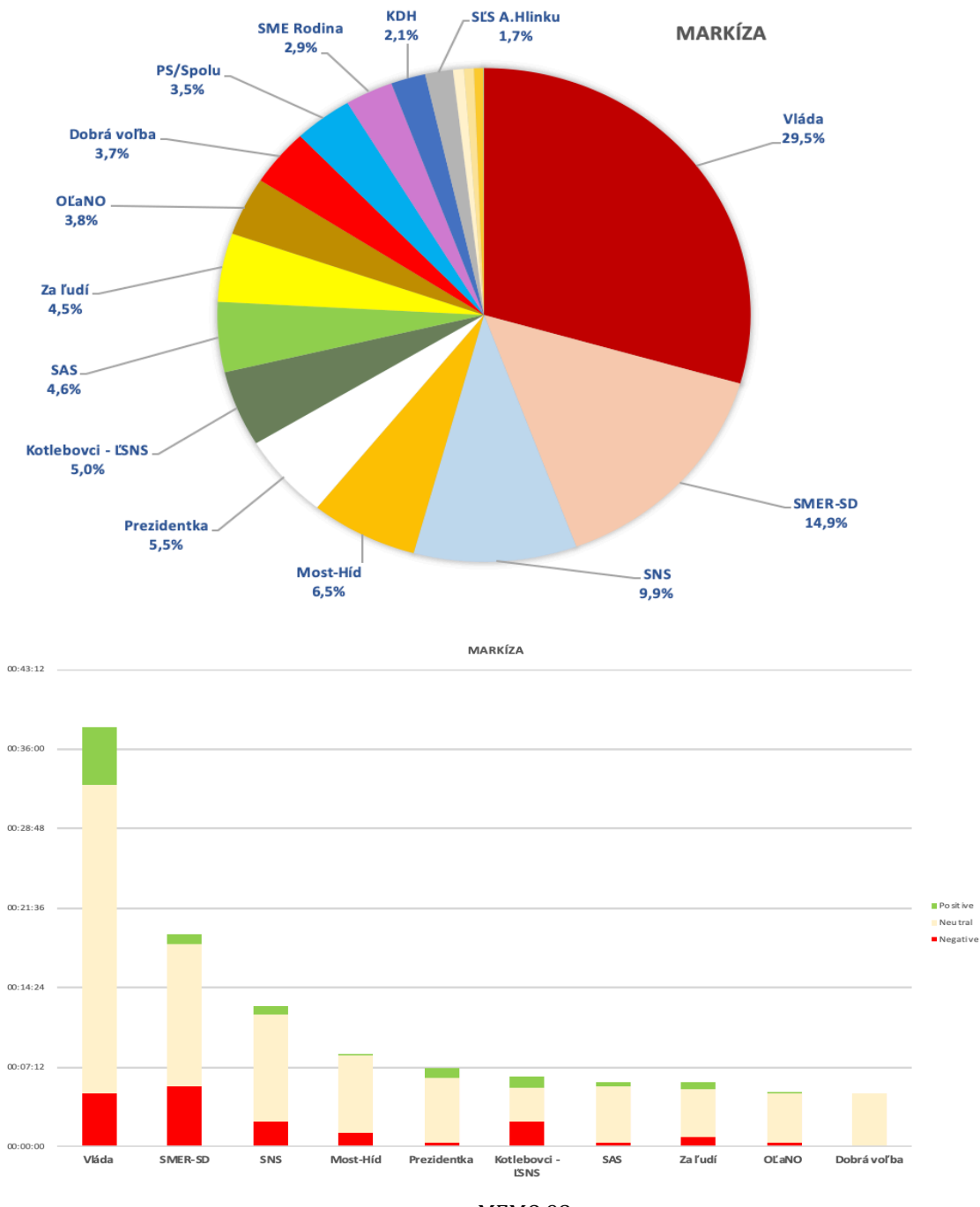
**Priestor a tón pre politické subjekty v spravodajstve – TA3 (14.1. - 3.2.2020)**



V TV Markíza mala najviac priestoru strana SMER-SD (14,9%), kým druhá v poradí bola SNS s 9,9% priestoru. Tretia zo strán vládnej koalície Most-Híd mala výraznejší priestor práve v TV Markíza (6,5%) a umiestnila sa v poradí ako ďalší najzobrazovanejší subjekt (v ďalších televíziách bola tretím najprezentovanejším subjektom po dvoch vládnych stranách prezidentka Čaputová).

### Grafy č. 7-8

#### Priestor a tón pre politické subjekty v spravodajstve - TV Markíza (15.1. - 3.2.2020)

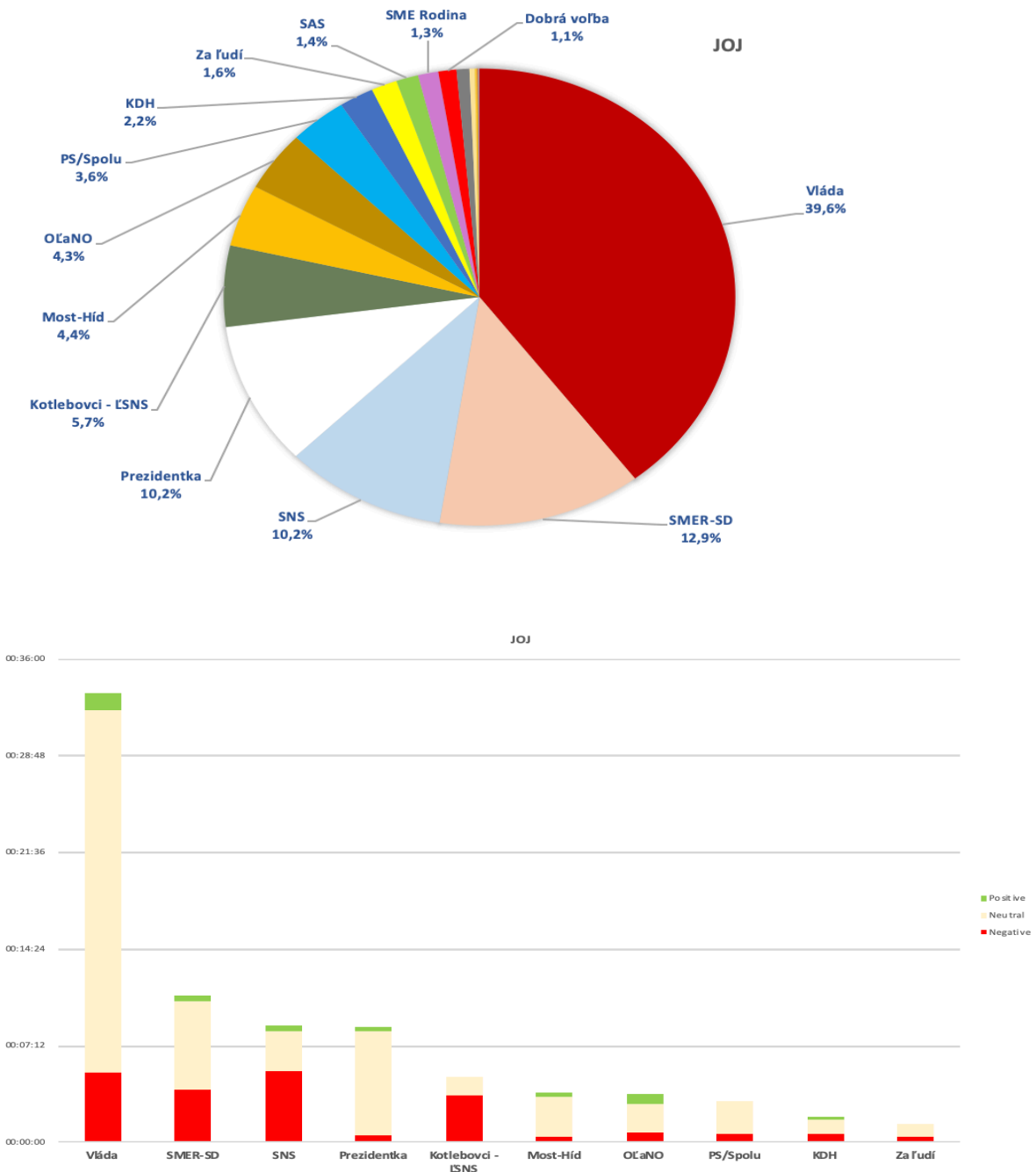


MEMO 98

V TV Joj získala najväčší priestor vládna SMER-SD 12,9%, nasledovaná SNS s 10,2%. Identický priestor mala aj prezidentka Zuzana Čaputová – najviac spomedzi monitorovaných televízií (najmenej mala v TV Markíza – 5,5%). TV Joj ponúkla spomedzi televízií najkritickejší pohľad na politické subjekty – predovšetkým na extrémistickú stranu Kotlebovci-ĽSNS, ako aj vládne SNS a SMER-SD.

### Grafy č. 9-10

**Priestor a tón pre politické subjekty v spravodajstve - TV JOJ (15.1. - 3.2.2020)**



## POLITICI

V spravodajstve monitorovaných televízií dominovali predstavitelia orgánov štátu a reprezentanti vládnych strán, ako už naznačili výsledky prezentácie politických subjektov. V sumáre jednoznačne najviac priestoru v správach monitorovaných televízií dostal premiér a líder vládneho SMERu-SD Peter Pellegrini (spolu viac ako 41 minút, 15,3%), nasledovný predsedom NR SR a lídrom SNS Andrejom Dankom (viac ako 27 minút, 10%) a prezidentkou Zuzanou Čaputovou (viac ako 25 minút, 9,5%).

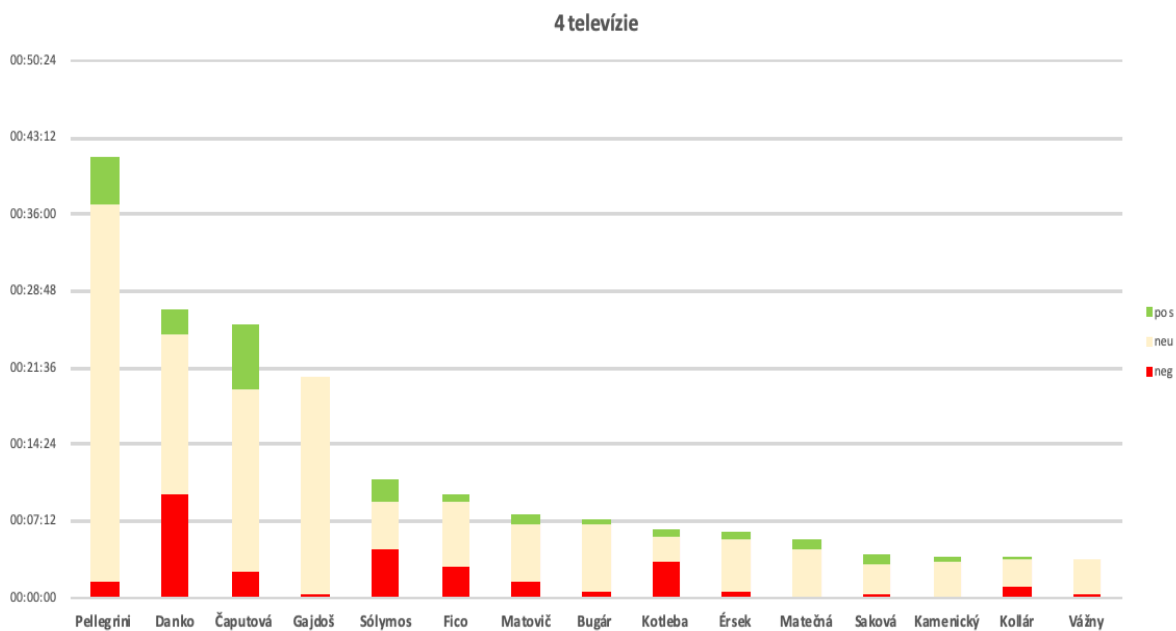
Ďalšími v poradí boli minister obrany Peter Gajdoš z SNS (viac ako 20 minút, 7,7%, i keď v jeho prípade k tomu prispelo najmä jedno dlhé, viac ako 18 minútové vystúpenie v TA3). Nasledovali bývalý minister životného prostredia za Most-Híd László Sólymos (11 minút, 4,1%), hlavne v súvislosti s jeho odstúpením a tým čo mu predchádzalo) a predseda SMERu-SD Robert Fico (menej ako 10 minút, 3,6%).

Spomedzi jedenástich politikov, ktorí v sumáre jednotlivých politických predstaviteľov získali aspoň 2% relevantného spravodajského priestoru (reálne okolo 4 minút), boli ôsmi predstavitelia vládnych strán. Okrem nich a prezidentky Zuzany Čaputej dostali väčší priestor už iba I. Matovič, líder hnutia OĽaNO (takmer 8 minút, rozdelených vyrovnané vo všetkých televíziách) a M. Kotleba, líder strany Kotlebovci-ĽSNS (viac ako 6 minút, prevažne v TV Joj a RTVS). Ďalší lídri, ktorí nie sú súčasťou vládnej koalície a ktorí získali za celé sledované obdobie v sumáre všetkých televízií aspoň 2 minúty, boli B. Kollár, A. Kiska, M. Truban, T. Drucker, R. Sulík a M. Beblavý.

Jednoznačná väčšina predstaviteľov bola prezentovaná v prevažne neutrálnom svetle. Politici s negatívnejším mediálnym obrazom, keď pomer negatívne ladených informácií prevažoval nad tými pozitívnymi boli hlavne A. Danko, L. Sólymos, R. Fico a M. Kotleba - negatívne boli prezentovaní hlavne v TV Joj (v menšej miere aj v RTVS). Relatívne vyrovnané v TV Markíza a naopak, pozitívne (A. Danko) v TA3. Medzi politikmi ktorí získali veľa priestoru v spravodajstve televízií, sa dá spomenúť aj veľmi neutrálny až mierne pozitívny obraz, ktorý mal premiér Peter Pellegrini v TV Markíza.

## Graf č. 11

*Priestor a tón pre politikov v spravodajstve - súhrn televízií (15.1. - 3.2.2020)*



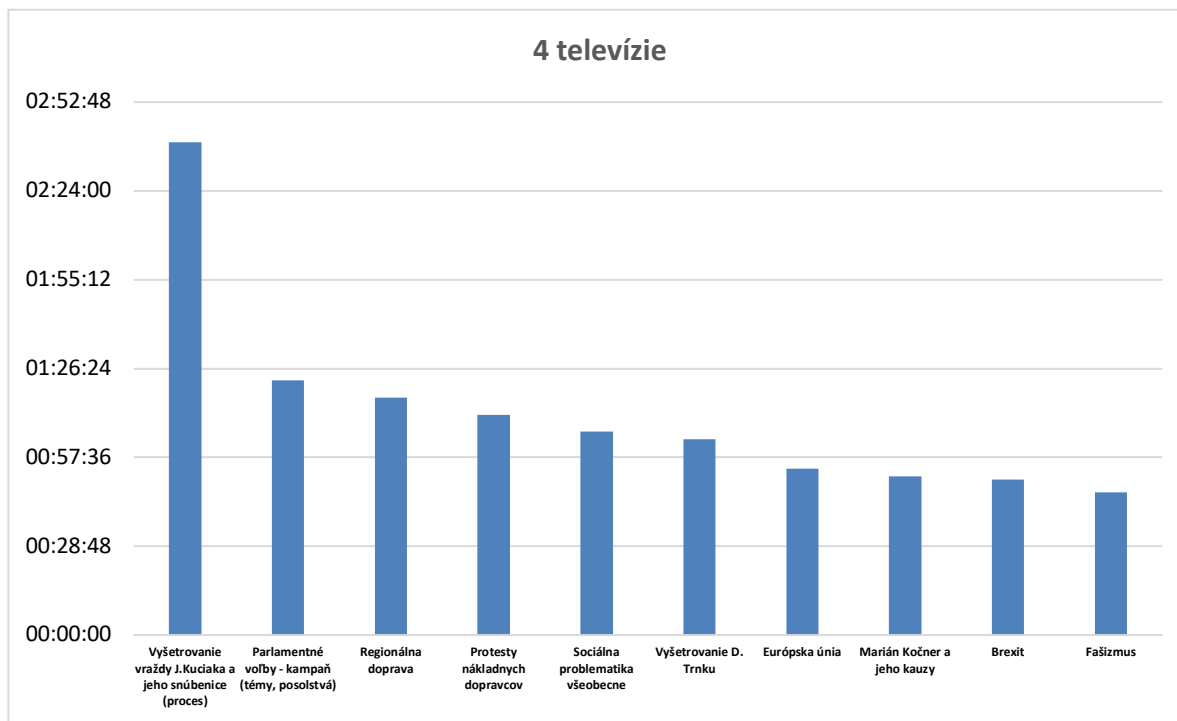
## KAUZY

Pokiaľ ide o tematické vymedzenie spravodajstva, aj v tomto období, podobne pri minuloročných voľbách prezidenta, rezonovalo okrem kampane viacerých iných celospoločenských tém (pre účely monitoringu sú nazývané kauzy, detailnejšie v časti *Metodológia*) – predovšetkým *proces s obvinenými z vraždy Jána Kuciaka a jeho snúbenice Martiny Kušnírovej*. Táto kauza dominovala vo všetkých sledovaných televíziách – súhrnne vo všetkých televíziách takmer 160 minút (13,7%). Najviac času jej venovala TV Markíza (nad 50 minút) a najväčší podiel získala v TV Joj (21,2%). Naopak najmenší celkový čas (24 minút) aj podiel (9%) získala v TA3.

*Kampaň - témy, poslanstvá* bola celkovo druhou najprezentovanejšou kauzou (82 minút - 7,1%), treťou bola *Regionálna doprava*, predovšetkým v podobe sporu vedenia banskobystričského samosprávneho kraja (BBSK) a autodopravcu (77 minút - 6,6%). Pokiaľ ide o kampaň a jej iné aspekty, tie mali výrazne menší priestor - *volebné prieskumy* boli až 16. (2,1%) a *organizácia, všeobecné informácie* až 24. (1,0%) celkovo prezentovanými kauzami.

### Graf č. 12

#### TOP 10 káz v spravodajstve – súhrn televízií (14.1.- 3.2.2020)



Celkovo bola kampaň pred voľbami do NR SR výraznejšie prezentovaná iba v spravodajstve TV Markíza. Pri porovnaní televízií venovala kampani najviac času práve táto televízia (v absolútnych číslach išlo o takmer 70 minút, približne 3,5 minúty denne), pričom pokryla 8 rôznych aspektov kampane, najviac zo všetkých televízií.



Z týchto aspektov bola najzobrazovanejšou (celkovo treťou v jej spravodajstve) kauza *kampaň-témy, posolstvá* (viac ako 31 minút).

V RTVS išlo o 6 predvolebných káuz (v súhrne okolo 40 minút). JOJ-ka a TA3 priniesli informácie o 5 kauzách spojených s kampaňou (26 a 21 minút v súhrne). Verejnoprávna RTVS a súkromná TV JOJ kampani venovali tiež najviac priestoru kauze *kampaň-témy, posolstvá* (19 a 18 minút) – v JOJ-ke išlo o druhú tému v jej spravodajstve, v RTVS o tretiu najprezentovanejšiu tému. Okrem faktu, že TA3 venovala kampani súhrnne najmenej času (rovnako ako počas prezidentských volieb), jej najzobrazovanejšia téma (*kampaň-témy, posolstvá*) bola až šiestou v jej spravodajstve.

## DISKUSNÉ RELÁCIE

Niektoré z médií už začali aj s čisto volebnými formátmi (TA3 od 8.2.<sup>2</sup> a RTVS od 10.2.<sup>3</sup>), ktoré vyvrcholia diskusiami vo volebný týždeň. Aj niektoré iné médiá už zorganizovali vlastné formáty diskusií (niektoré aj s účasťou verejnosti) a rozhovorov s vybranými kandidátmi – Denník N, Nový čas, Pravda či SME (Expres ohlásil začiatok predvolebných rozhovorov od 11.2.). Väčšiu analýzu predvolebných diskusií predstavíme v našej poslednej predvolebnej správe, predovšetkým s dôrazom na voličskú informovanosť. Takisto sa pozrieme ako televízie naplnili ustanovenia zákona o volebnej kampani (č. 181/2014 Z.z.) a ako ku kampani pristúpila Rada pre vysielanie a retransmisiiu.<sup>4</sup>

V tejto správe reflektujeme diverzitu bežných politických diskusií monitorovaných televízií (*Na hrane* na TV JOJ, *Na telo* v TV Markíza, *O 5 minút 12* v RTVS a *V politike* na TA3). Za sledované obdobie (pre účely presnejších dát sme zahrnuli aj relácie vysielané v posledný víkend pre vydaním správy) vysielali televízie spoločne 42 diskusných relácií.<sup>5</sup> Celkovo sa v nich objavilo 117 politických hostí, najviac z vládnych strán SMER-SD (25) a SNS (16). Ďalšou najviac pozývanou stranou bola opozičná SaS (14) a OĽaNO (12). Zo strán, ktoré sa dlhodobo pohybujú nad prahom zvoliteľnosti mala najmenšie zastúpenie extrémistická Kotlebovci-ĽSNS (4) a z demokratických strán to boli KDH a Za ľudí (po 6).

Z hľadiska samotných politikov, najčastejším hosťom bol predseda NR SR Andrej Danko, ktorý sa v diskusiách od začiatku kampane (nerátame špeciálne novembrové pozvanie) objavil 7-krát (z toho 3-krát v TA3), takisto ako Igor Matovič. Dalo by sa povedať, že na podobnej úrovni sa objavili aj lídri koalície PS/Spolu, keďže dokopy boli pozvaní takisto 7-krát (4x Michal Truban a 3x Miroslav Beblavý). Výrazný priestor získal aj premiér Peter Pellegrini, ktorý sa v diskusiách od začiatku kampane (nerátame špeciálne novembrové pozvanie) objavil 6-krát (z toho až 4-krát v TA3), rovnako ako Boris Kollár a Richard Sulík. Zaujímavým faktom je, že mimo lídrov sa v diskusiách objavili často aj iní predstavitelia – Erik Tomáš a Richard Raši zo SMERu-SD (5 a 4-krát), ako aj Martin Klus zo SaS (4-krát).

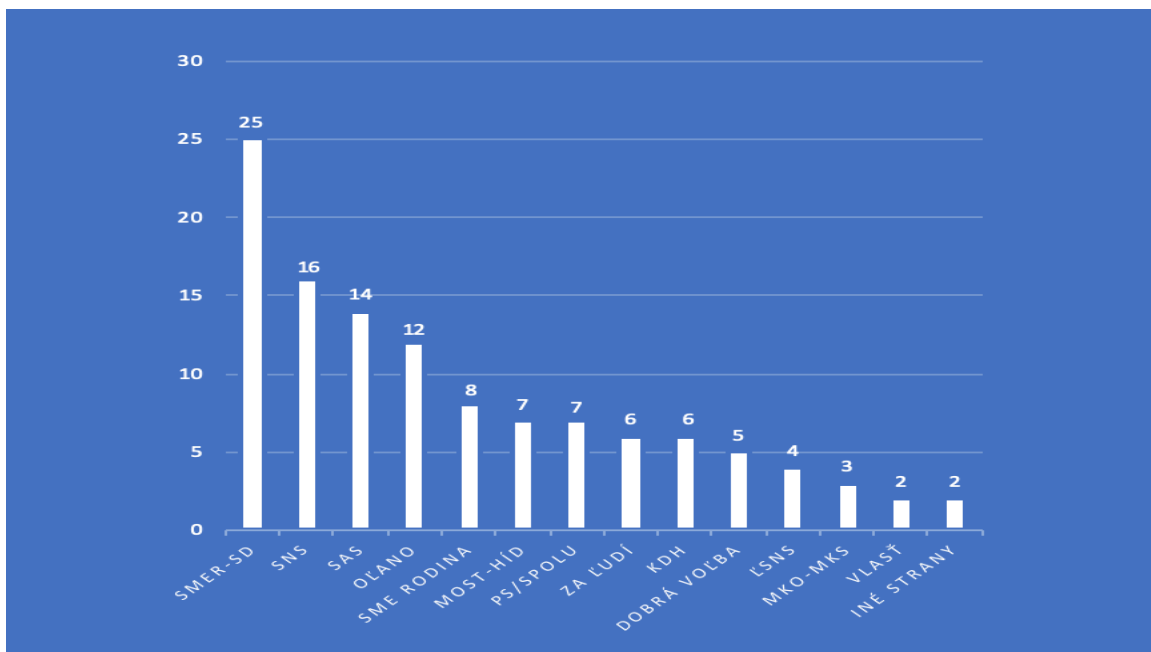
<sup>2</sup> V rámci relácie *Téma dňa* (denne od 19:30) [plánuje](#) zorganizovať celkovo 66 duelov. Na základe prieskumu agentúry AKO bolo vybraných 12 politických subjektov (Dobrá voľba, KDH, MKO-MKS, Most-Híd, OĽaNO, PS/Spolu, SaS, SME Rodina, SMER-SD, SNS, Vlasť [ako náhrada za stranu Kotlebovci-ĽSNS, ktorá zrušila svoju účasť v dueloch], Za ľudí). Diskusie sa konajú medzi rovnako umiestnenými TOP11 kandidátmi daných subjektov.

<sup>3</sup> RTVS na Jednotke (v pracovné dni od 16:25) a v Rádiu Slovensko (od 20:05) [plánuje](#) zorganizovať sériu rozhovorov s predstaviteľmi všetkých subjektov.

<sup>4</sup> [Stanovisko](#) Rady k voľbám do NR SR z 12.12.2019

<sup>5</sup> Tri relácie vysielané v nedeľu 17. novembra (iba TV JOJ vysielala svoju reláciu vo štvrtok), v deň 30. výročia Novembra 1989, mali špecifický charakter, takže do celkovej štatistiky sme hostí nerátali.



**Graf č. 13****Zastúpenie strán v hlavných politických diskusiách – súhrn televízií (5.11.2019 - 9.2.2020)**

Pokiaľ ide o jednotlivé televízie, TV Markíza a aj TV Joj v podobe hostí a ich podiele odrážali súčasnú váhu politických subjektov (nazerané optikou prieskumov verejnej mienky). Iná situácia bola v TA3, kde 40% hostí (22 z 55) bolo z dvoch vládnych strán – SMER-SD a SNS. I toto poukazuje na náklonnosť televízie k týmto stranám ktorá je pozorovaná dlhodobo.

Z pohľadu daňového poplatníka sa ešte problematickejším javí zoznam hostí vo verejnoprávnej RTVS – najviac pozývanou stranou za obdobie od vyhlásenia termínu parlamentných volieb (od 5.11.) bola SNS, 5-krát, čo predstavuje takmer pätinu (18,5%) celkového počtu hostí (z 27).<sup>6</sup>

Kritika vedenia RTVS, zosobnenej generálnym riaditeľom Jaroslavom Rezníkom začala už jeho zvolením v júni 2017 a odvtedy iba silnela. V lete roku 2018, po tom ako počas roka podpísalo 60 novinárov verejnú petíciu proti podmienkam práce, ktoré zaviedol nový manažment, situácia eskalovala a odvtedy celkovo viedla k odchodu 36 rešpektovaných novinárskych osobností (25 z televízie a 11 z rádia, posledný prípad z konca januára 2020 sú dvaja redaktori Rádia Slovensko) – všetkých spája nesúhlas so snahou o nadpracú a servilný štýl publicistiky a spravodajstva voči vládnym stranám, predovšetkým SNS. Výsledky nášho monitoringu (z pohľadu diskusií, ako aj prezentácie politických udalostí v spravodajstve) tejto kritike dávajú za pravdu.

<sup>6</sup> V období november 2019 – február 2020 sa preferencie SNS pohybovali od 6,8 do 5,1% (podľa prieskumov agentúr AKO a Focus).

## METODOLÓGIA

MEMO 98 sa dlhodobo venuje zobrazovaniu politických subjektov a ich predstaviteľov v médiách na Slovensku ako aj v zahraničí, naposledy systematicky počas kampane k prezidentským voľbám 2019.<sup>7</sup>

Táto správa je druhou zo série analýz mediálnej aktivity a pokrytia kandidátov, kandidujúcich subjektov a ich kandidátov, ako aj iných politických subjektov v kampani pred voľbami do NR SR. Parlamentné voľby 2020 boli rozhodnutím predsedu NR SR Andreja Danka vyhlásené 4.11.2019, ktoré bolo v Zbierke zákonov uverejnené nasledujúci deň, čím sa zároveň oficiálne začala volebná kampaň. Správa zahŕňa obdobie 3 týždňov, **od 14.1. do 3.2.2020**, tri týždne pred skončením kampane (dňa 27.2. začína 48-hodinové volebné moratórium).

Správa prináša analýzu mediálnej prezentácie kandidujúcich politických subjektov a vybraných individuálnych aktérov v spravodajstve štyroch celoplošných a najpopulárnejších plno-formátových televízií. Sledovanými kritériami bol priestor, ktorý médiá venovali stranám, hnutiam a iným subjektom v politicky významných príspevkoch,<sup>8</sup> ako aj spôsob (pozitívny/neutrálny/negatívny), akým boli prezentované. Predmetom analýzy boli nasledovné kategórie:

### POLITICKÉ SUBJEKTY

#### ***Koalícia, strany a hnutia***

Kandidujúce subjekty (25) a zároveň strany tvoriace súčasť niektorých kandidujúcich subjektov:

- súčasť dát pre OĽaNO bol aj priestor venovaný stranám Kresťanská únia, NOVA, Zmena zdola;
- súčasť dát pre koalíciu PS/Spolu bol priestor venovaný aj samostatne obom stranám koalície, pre Progresívne Slovensko a pre stranu SPOLU – občianska demokracia;
- súčasť dát pre Magyar Közösségi Összefogás - Maďarská komunitná spolupatričnosť bol aj priestor poskytnutý pre Stranu maďarskej komunity - Magyar Közösség Pártja, Összefogás – Spolupatričnosť a Magyar Fórum - Maďarské fórum);

#### ***Iné politické subjekty***

Súčasťou monitoringu bolo sledovať aj priestor venovaný Prezidentke SR a tiež vláde SR. Pokiaľ ide o vládu, do priestoru bol zarátaný priestor venovaný premiérovi, podpredsedom vlády, jednotlivým ministerstvám, ako aj Úradu vlády.

<sup>7</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>8</sup> Ide o príspevky, v ktorých sa informuje o niektorom zo sledovaných politických subjektov.

## TÉMY a KAUZY

Monitoring okrem priestoru a spôsobu prezentácie jednotlivých politických subjektov sleduje aj témy (celkovo ide o 26 tém)<sup>9</sup> a tiež aj tzv. kauzy, teda aktuálne politicko-spoločenské udalosti, ktoré dominujú v sledovanom období (celkovo išlo o viac ako 90 špecifických aj všeobecných káz). V predvolebnom období sem zaradujeme aj tematické oblasti ktoré súvisia s voľbami (tzv. volebné kauzy):

- Organizácia, všeobecné informácie
- Voľba zo zahraničia
- Kampan – témy, posolstvá
- Financovanie kampane
- Volebné prieskumy
- Predvolebné diskusie
- Rola význam médií a sociálnych sietí
- Vplyv iných, nepolitických subjektov (cirkev, odbory apod.)
- Mimovládne predvolebné aktivity všeobecne
- Mimovládne predvolebné aktivity – protifašistické, anti-extrémistické
- Mimovládne predvolebné aktivity – mobilizačné
- Podpora politikov zo zahraničia
- Zahraničné aktivity ovplyvňujúce voľby
- Protizápadná karta v kampani (anti-US, anti-EÚ)
- Proruská karta v kampani.

---

<sup>9</sup> Medzi sledované témy patria nasledovné oblasti: armáda, doprava/infraštruktúra, ekonomika/biznis/hospodárstvo, havárie/nešťastia/prírodné katastrofy, charita, justícia/súdnictvo, korupcia, kriminalita/bezpečnosť, kultúra, médiá, menšiny, náboženstvo/cirkev, občianska spoločnosť, ombudsman, politika, poľnohospodárstvo, sociálna oblasť/spoločnosť, školstvo/veda, šport, verejná správa, voľby, zahraničie súvisiace a zahraničie nesúvisiace so SR, zdravotníctvo, životné prostredie a iné.