

PREZIDENTSKÉ VOLBY V MÉDIÁCH

Prezidentské voľby na Facebooku: Príspevky kandidátov sú prevažne pozitívne, hladinu čerila dezinformačné weby - Hlavní favoriti volieb získali porovnateľný priestor v spravodajstve celoplošných televízií - Dezinformač

Bratislava, 13.3 2019 - V súvislosti s prezidentskými voľbami sa neziskové organizácie [GLOBSEC](#), MEMO 98, [STRATPOL](#) a [Slovenský inštitút pre bezpečnostnú politiku](#) (SSPI) spojili a zanalyzovali aktivity prezidentských kandidátov na ich oficiálnych facebookových profiloch, ich mediálne pokrytie v 4 celoplošne vysielajúcich televíziách a na 14 najrelevantnejších facebookových dezinformačných stránkach.

Think-tank STRATPOL v spolupráci so Slovenským inštitútom pre bezpečnostnú politiku (SSPI) a nástrojmi platformy blbec.online analyzoval komunikáciu kandidátov na Facebooku. Zameriaval sa na obsah príspevkov, interakcie s užívateľmi aj formu komunikácie. Najčastejšou témou príspevkov boli samotné voľby. Kandidáti prezentovali svoju víziu, zdieľali prieskumy verejnej mienky a komentovali svojich súperov. Na profile Čaputovej nájdeme kritiku Štefana Harabina. Štefan Harabin zas ostro kritizoval svojich protikandidátov ako liberálnych „multikultúrnych globalistov“. O niečo menšiu pozornosť kandidátov získala domáca politika.

Príspevky o domácej politike boli prevažne spájané s negatívnymi emóciami, venovali sa celoštátnym kauzám alebo kritizovali štátne inštitúcie. „Štefan Harabin napríklad kritizoval ministerstvo spravodlivosti a slovenský súdny systém, ktorého je paradoxne súčasťou už niekoľko rokov. Upozorňuje tiež na konšpirácie proti jeho osobe a na to, že médiá a politici o ňom šíria lži, ktorými sa snažia zmanipulovať voľby,“ vysvetľuje Matej Kandrík zo STRATPOL.

Zatiaľ čo Maroš Šefčovič, Zuzana Čaputová a Béla Bugár ladili svoje príspevky najmä pozitívne, Štefan Harabin stavil na kritiku. Negatívny bol každý jeho tretí príspevok.

„Prekvapivo, téma zahraničnej politiky nerezonovala ani u eurokomisára Maroša Šefčoviča, príspevky sa objavovali len veľmi sporadicky. Na profile Zuzany Čaputovej zahraničnopolitické príspevky úplne chýbali. Tým pádom prozápadne orientovaní kandidáti prenechali priestor Štefanovi Harabinovi aj fanúšikom Mariána Kotlebu, ktorí kritizovali smerovanie zahraničnej politiky aj naše členstvo v EÚ a NATO. Mnohokrát svojich fanúšikov zavádzali,“ priblížil Kandrík.

Jednotkou v počte interakcií v sledovanom období od 10. januára do 3. marca **bola Zuzana Čaputová so 449 848 interakciami**. Nasleduje **Štefan Harabin (265 180)**, prvú trojicu **uzatvára Maroš Šefčovič (125 013)**. „Ešte prvý februárový týždeň tento rebríček viedol Štefan Harabin, zásadný zlom prišiel v druhom februárovom týždni, keď Čaputová viac ako zdvojnásobila počet interakcií na svojom profile a preskočila ostatných kandidátov,“ doplnil Kandrik.

Na základe monitoringu MEMO 98, ktorý od druhej polovice februára analyzoval volebnú kampaň v spravodajských reláciách štyroch celoplošne vysielajúcich televízií, získala **najväčší priestor z kandidátov v sumáre monitorovaných televízií Zuzana Čaputová (28%)**. Ďalší z favoritov volieb **Maroš Šefčovič získal porovnateľný priestor (20,5%)**, pričom na treťom a štvrtom mieste sa umiestnili Robert Mistrík (17,7%) a Štefan Harabin (11,2%). Zuzane Čaputovej venovali najviac priestoru v TV Markíza (8,5 minúty) a v RTVS (2 minúty), v TA3 to bol Robert Mistrík (3,5 minúty) a v TV Joj Maroš Šefčovič (cez 2 minúty). Pokiaľ ide o spôsob prezentácie, väčšina informácií o kandidátoch bola neutrálna alebo pozitívna (v RTVS výlučne), Zuzana Čaputová bola s väčšou mierou negatívnych informácií zobrazená v TA3 a TV Joj, Maroš Šefčovič v TA3 a Štefan Harabin v TV Markíza.

“Monitorované televízie priniesli množstvo informácií o rôznych aspektoch volebnej kampane. Aj vďaka diskusným programom mali voliči možnosť porovnať jednotlivých kandidátov a dozvedieť sa ich názory a postoje na rôzne témy,” povedal Rasto Kužel z organizácie MEMO 98. *“Jednoznačným prínosom boli aj obsažnejšie diskusné formáty, ktoré organizovali viaceré portály a noviny na internete.”*

Výskumníci GLOBSECu sa vo svojom výskume zamerali na 14 najrelevantnejších dezinformačných facebookových stránkach a v období od 10. januára do 3. marca zanalyzovali 649 postov, ktoré boli relevantné k prezidentským voľbám. Z týchto dát jasne vyplýva, že **najoblúbenejším kandidátom dezinformačných facebookových stránok bol Štefan Harabin.**

„Naopak, najnegatívnejšie je na analyzovaných dezinformačných stránkach vyobrazovaná Zuzana Čaputová, ktorá čelí intenzívnej antikampani od kedy sa Robert Mistrík vzdal v jej prospech. Dovedy bola vnímaná viac neutrálne, a vyskytli sa aj prípady, kedy bola dokonca vnímaná pozitívne,“ dodala analytička GLOBSECu Miroslava Sawiris.

Okrem šírenia rozličných pozitívnych či negatívnych správ o prezidentských kandidátoch, posty týchto facebookových stránok obsahovali aj rôzne naratívy, väčšinou dezinformačného charakteru, alebo presadzujúce tradičné hodnoty a nacionalizmus. Medzi najčastejšie opakujúce sa naratívy patrili dezinformácie, že tradičným médiám a novinárom sa nedá veriť; naratív o tom, že liberálne hodnoty podkopávajú stabilitu slovenskej spoločnosti; či rôzne posty o ovplyvňovaní volebného procesu, napríklad prostredníctvom zmanipulovaných volebných prieskumov verejnej mienky.

Spoločná správa [prezidentski-kandidati-v-mediach](#)

Monitorovacia správa zahrňujúca výsledky monitoringu celoplošných televízií [monitorovacia-sprava](#)

Grafy

[sk19_results-rtvs](#)

[sk19_results-marki-za](#)

[sk19_results-joj](#)

[sk19_results-ta3](#)