

# KAMPAŇ V TV SPRAVODAJSTVE

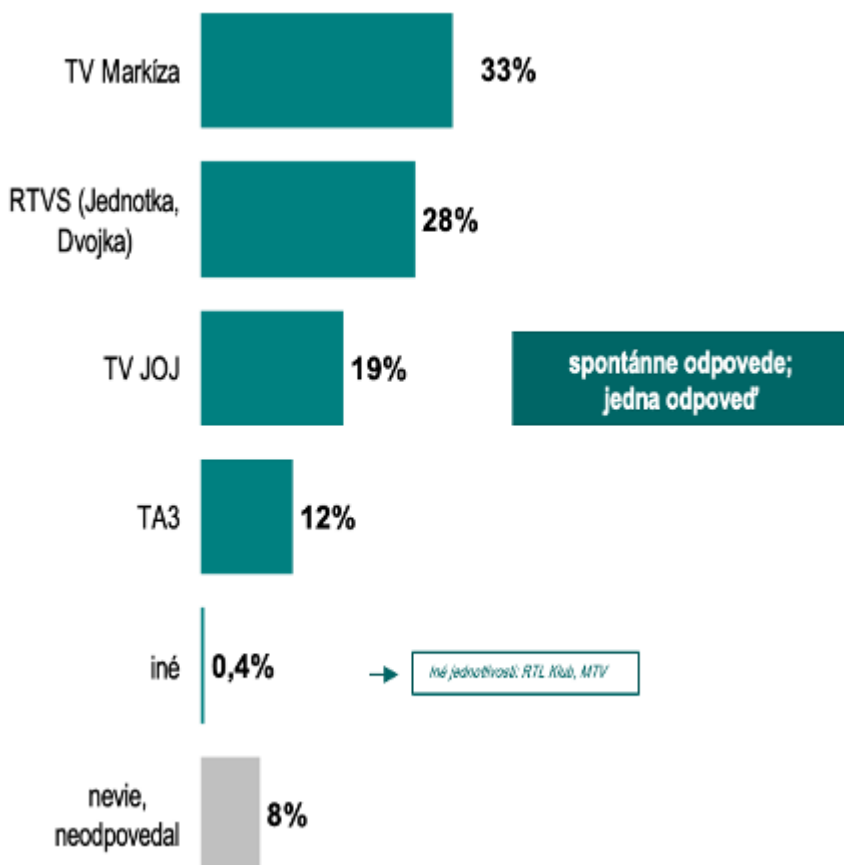
Naša [prvá správa](#) analyzovala obdobie od uverejnenia vyhlásenia volieb do NR SR (5.11.2019) do 26.1.2020 a zameriavala sa na Facebook a Instagram, kde sme sledovali aktivnosť (počet postov) ako aj interaktivitu (celkový počet reakcií, komentárov a zdieľaní) politických strán, ich lídrov a top kandidátov.

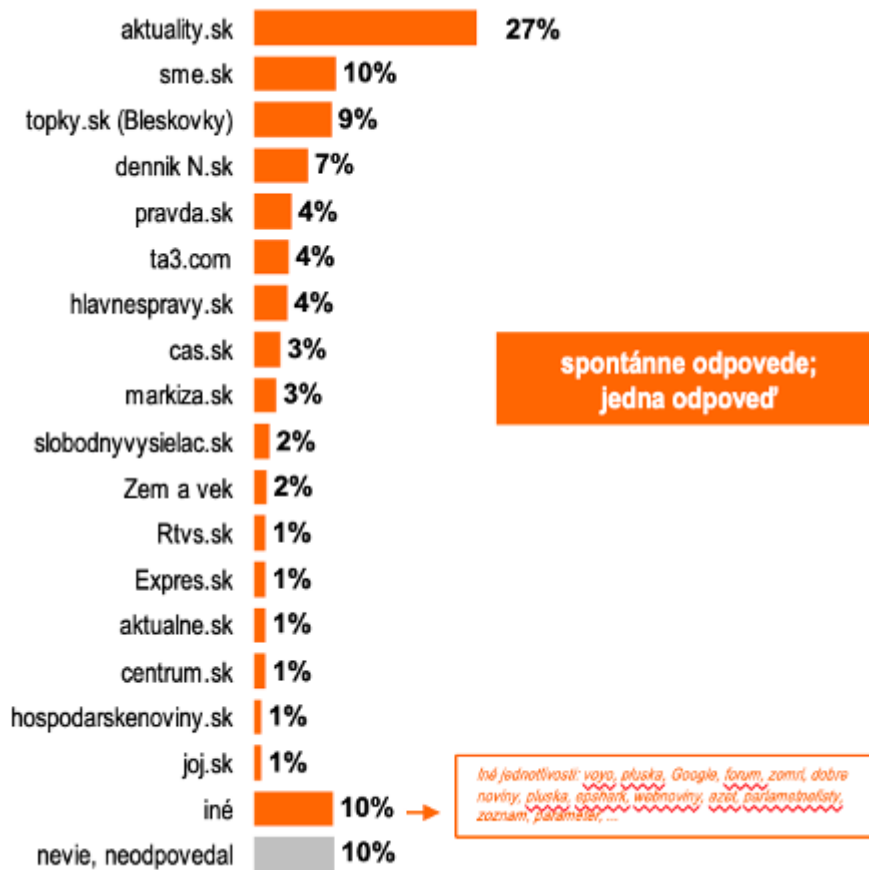
V [druhej správe](#) sme sa venovali prezentácií kandidujúcich strán, hnutí, a ich lídrov v hlavných spravodajských a diskusných reláciách celoplošne vysielajúcich televízií – RTVS, TV Markíza TV Joj a TA3 – počas 3 týždňov kampane (14.1.-3.2.2020). Sledovanými kritériami bol priestor, ktorý médiá venovali monitorovaným subjektom, ako aj spôsob (pozitívny/neutrálny/negatívny), akým boli prezentované.

V [tretej správe](#) sme analyzovali 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.

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 medzi 15. a 22.1.2020.

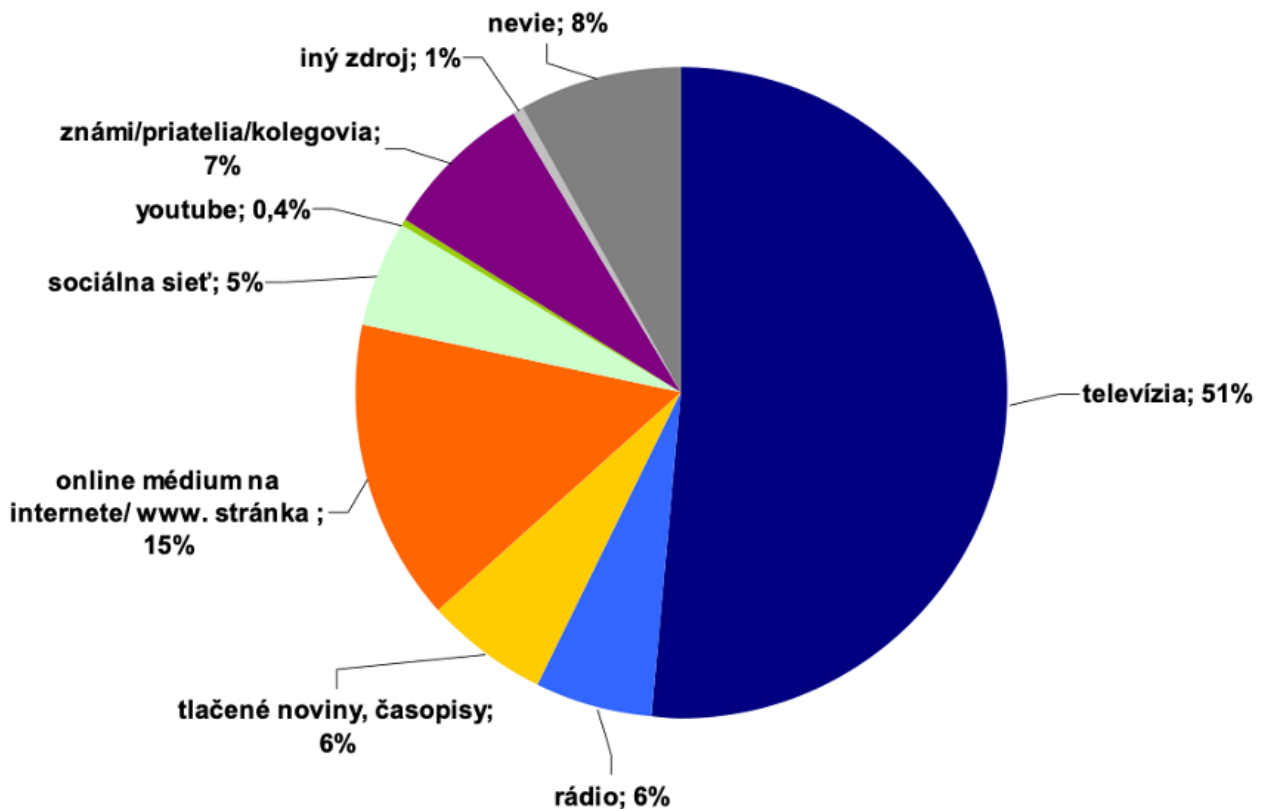
Z výsledkov prieskumu vyplýva, že informácie o domácej politike čerpá väčšina obyvateľov najčastejšie z **televízie**, ktorú uvádza na prvom mieste ako zdroj až **52%** respondentov. **Online médiá** na internete (web stránky) ako prvý najčastejší zdroj informácií o domácom politickom dianí uviedlo **17%** respondentov.





**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%).

Ak sa pozrieme na **dôveryhodnosť informačných zdrojov**, televíziu uvádza ako najdôveryhodnejší zdroj viac ako polovica respondentov (51%). Až s veľkým odstupom nasledujú online médiá (15%), teda spravodajské portály, resp. webové stránky tradičných médií (novín, televízií).



Naša aktuálna správa analyzuje prezentáciu kandidujúcich strán, hnutí, a ich lídrov v hlavných spravodajských reláciách celoplošne vysielajúcich televízií (RTVS, TV Markíza TV Joj a TA3) počas záverečných 6 týždňov kampane (14.1.-24.2.). 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.

## HLAVNÉ ZISTENIA

**Najzobrazovanejšími kandidujúcimi subjektami boli vládne Smer-SD (11,7%) a SNS (11,4%).** Smer-SD v troch sledovaných televíziách okrem TA3, kde jednoznačne dominovala SNS. Vo verejnoprávnej RTVS mali obe strany takmer identický priestor. Všetky ďalšie strany získali menej ako polovicu tohto priestoru, teda pod 5%.

Pokiaľ ide o ďalšie politické subjekty, vláda získala v sumáre 32%, prezidentka Zuzana Čaputová päťkrát menej (6,6%). **Verejnoprávna RTVS venovala vláde takmer 40%, najviac zo všetkých televízií.**

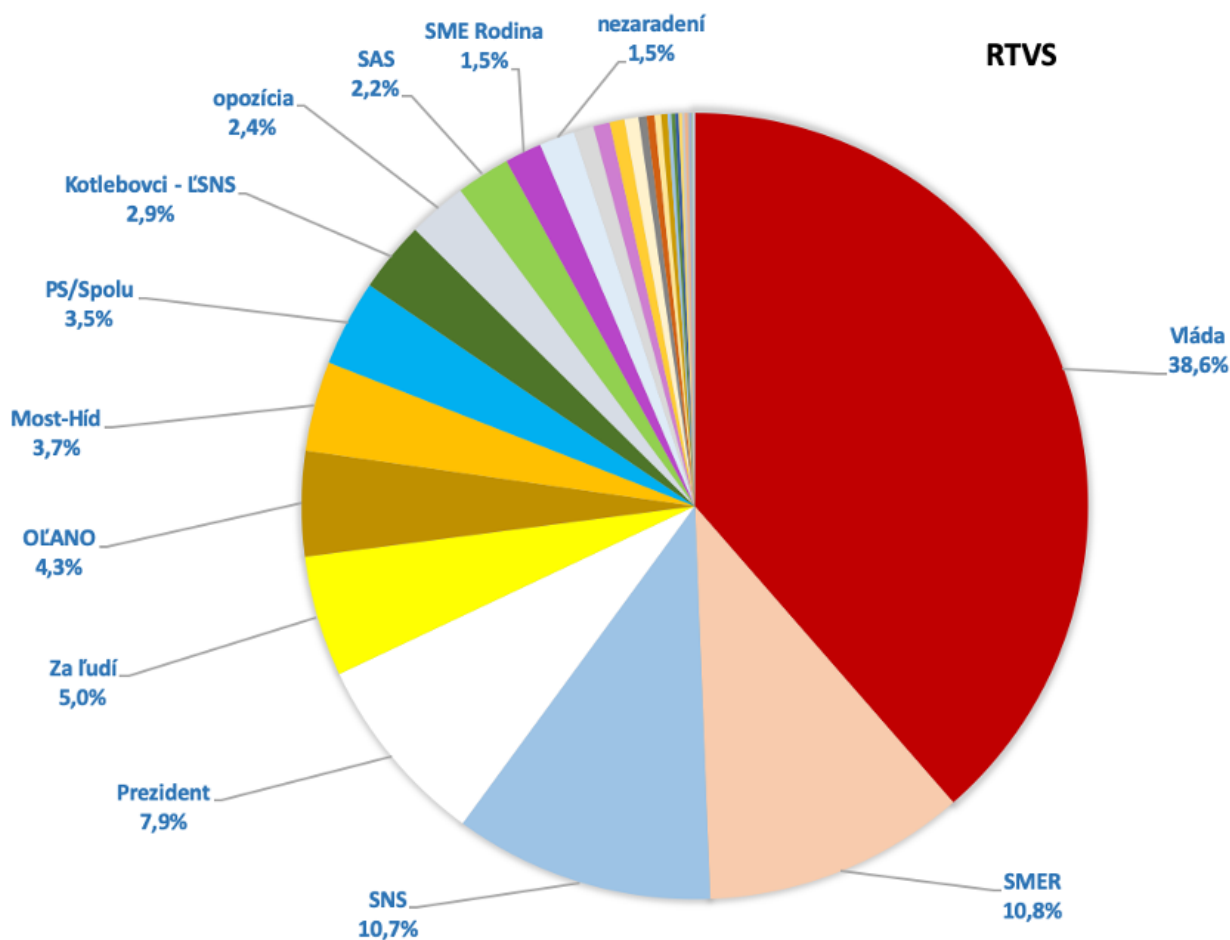
**Niektoré médiá boli aj v záverečnej fáze kampane relatívne kritické** (TV Joj a TV Markíza) – negatívnych bolo 51% informácií o strane Kotlebovci-LSNS (v JOJ-ke 71%), 27% o SMER-SD, 22% o SNS. Z TOP10 najzobrazovanejších subjektov mala v sumáre väčší podiel pozitívnych ako negatívnych informácií vláda, prezidentka a z kandidujúcich subjektov SaS. **Najmenej kritická voči politickým subjektom bola TA3.**

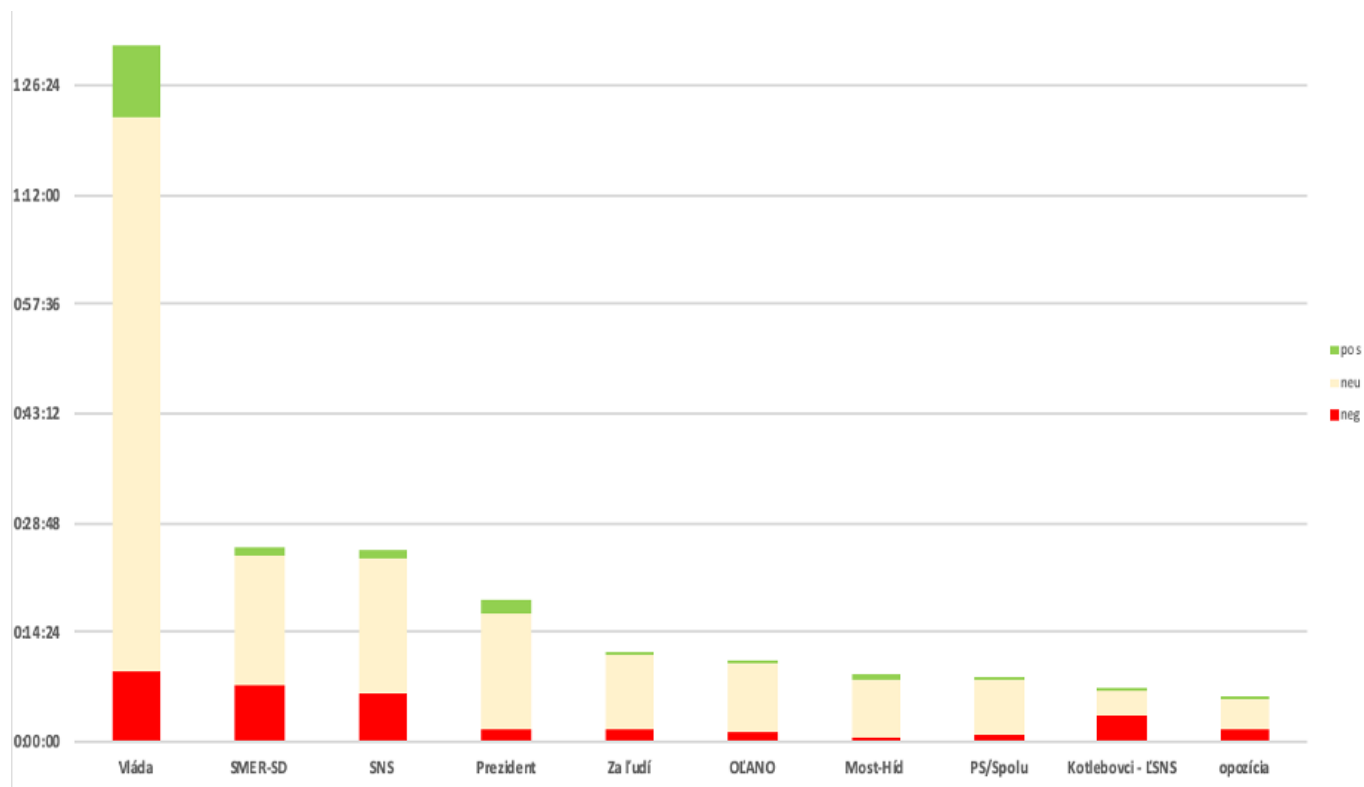
Celkovo však bola volebná kampaň výraznejšie prezentovaná iba **v spravodajstve TV Markíza,**

ktorá jej celkovo venovala takmer 5 minút denne (nárast oproti predošlej perióde o viac ako minútu). Televízia pokryla 12 rôznych aspektov kampane, najviac zo všetkých televízií. Z týchto aspektov bola najzobrazovanejšou (prvou v jej spravodajstve) *kampaň-témy, posolstvá*.

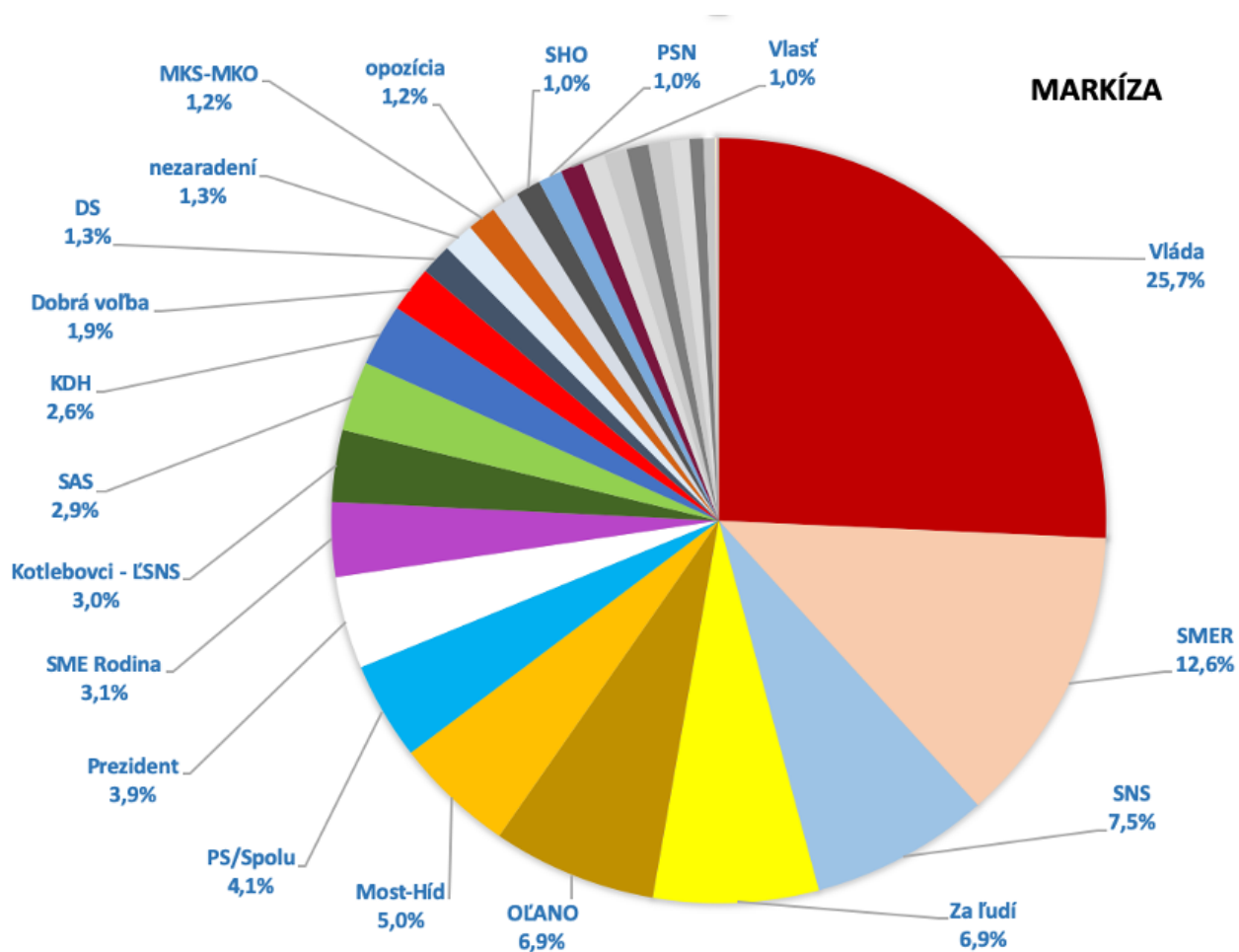
**Trend výrazného zastúpenia SNS v diskusných reláciách RTVS** (SNS bola počas kampane najpozývanejšou stranou [6-krát], napriek preferenčne omnoho slabšiemu postaveniu) pokračoval aj v posledných týždňoch. SNS bola medzi 6 poslednými hosťami v záverečnej relácii *O 5 minút 12* a zároveň sa v jej prospech menilo zloženie poslednej volebnej diskusie.

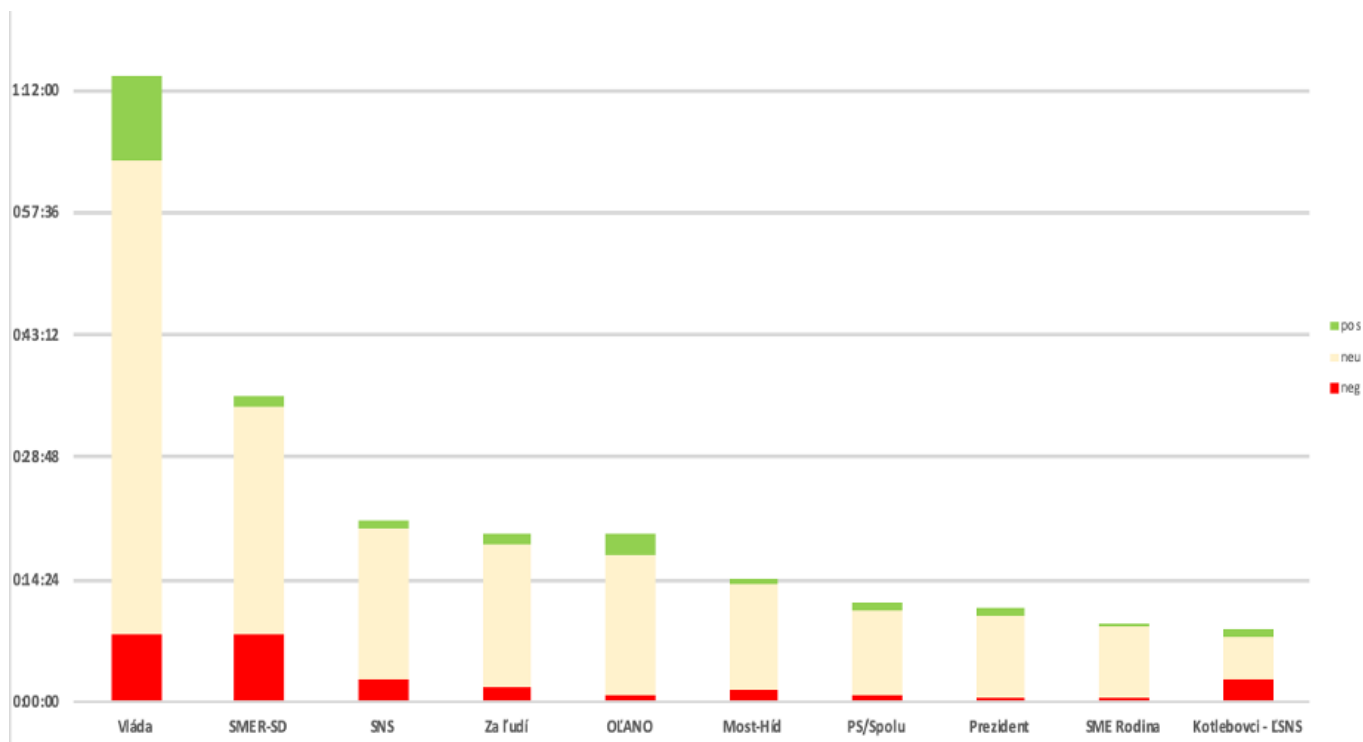
**Priestor a tón pre politické subjekty v spravodajstve - RTVS (14.1. - 24.2.2020)**



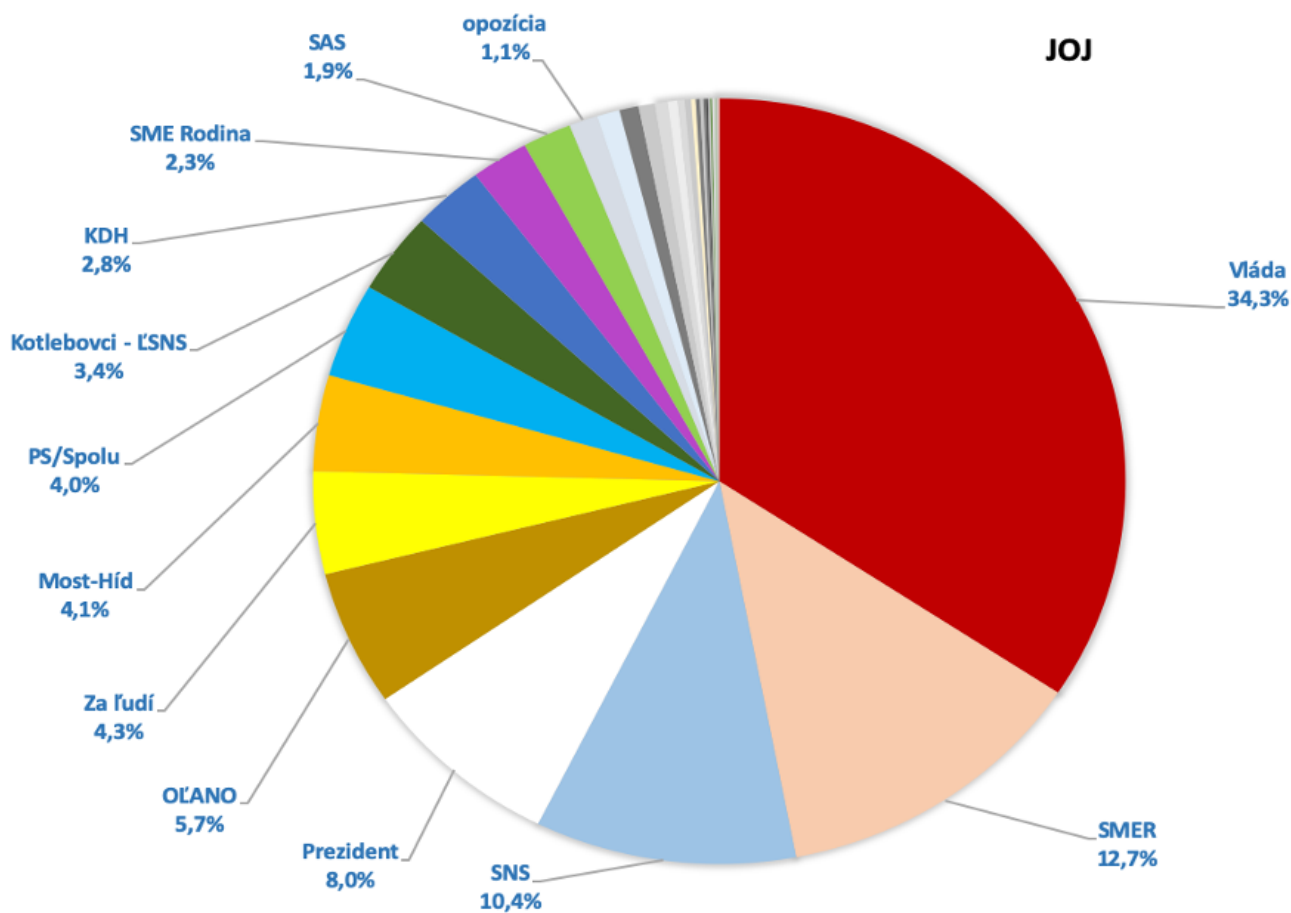


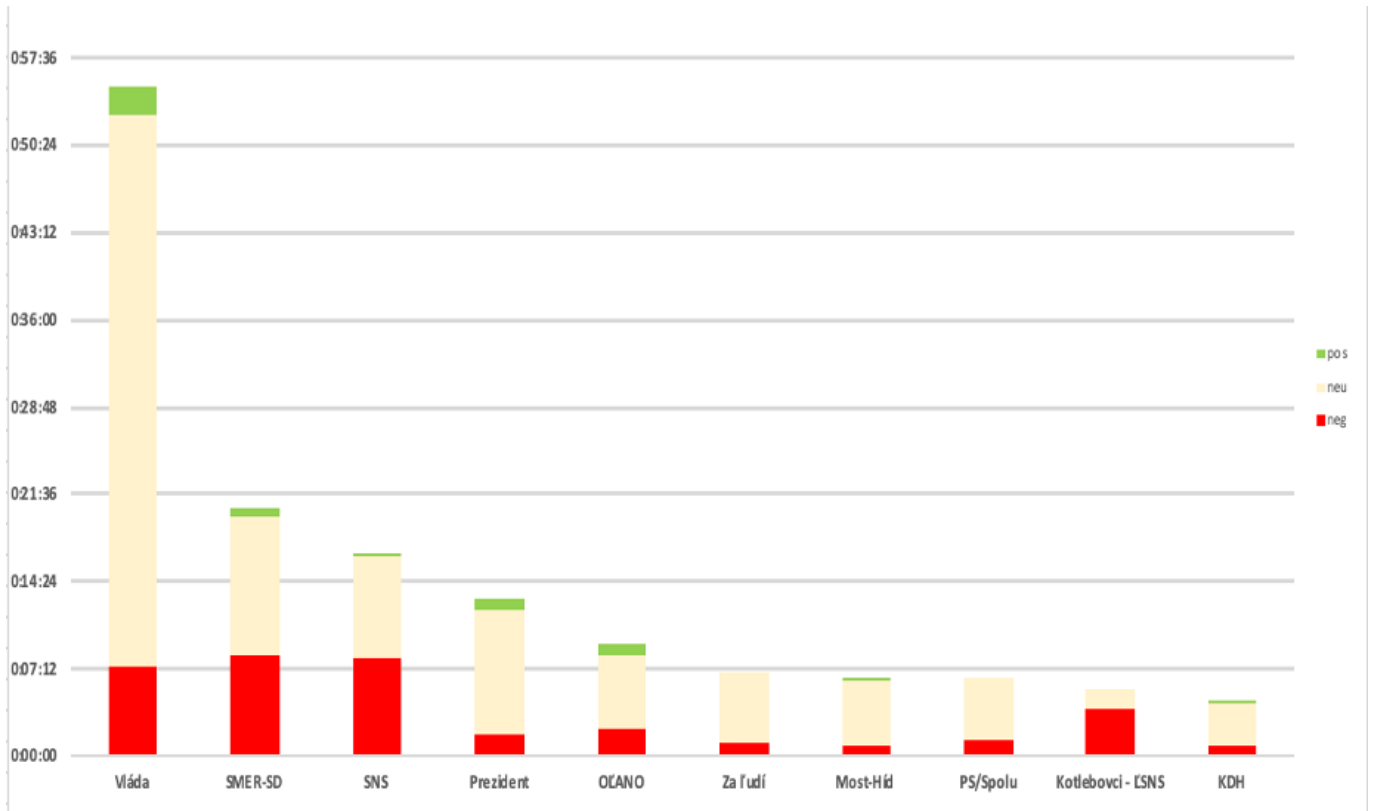
**Priestor a tón pre politické subjekty v spravodajstve - TV Markíza (15.1. - 24.2.2020)**



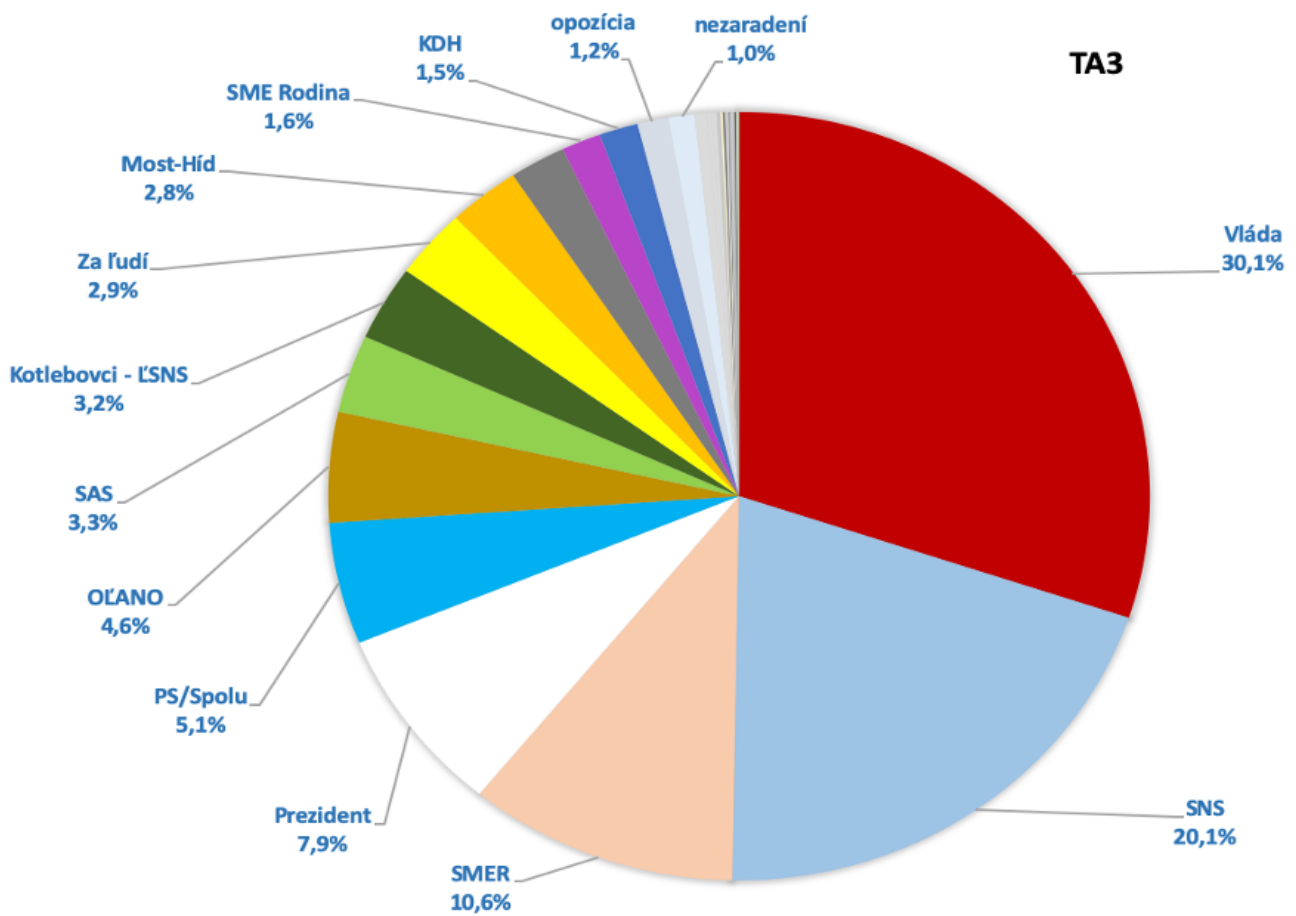


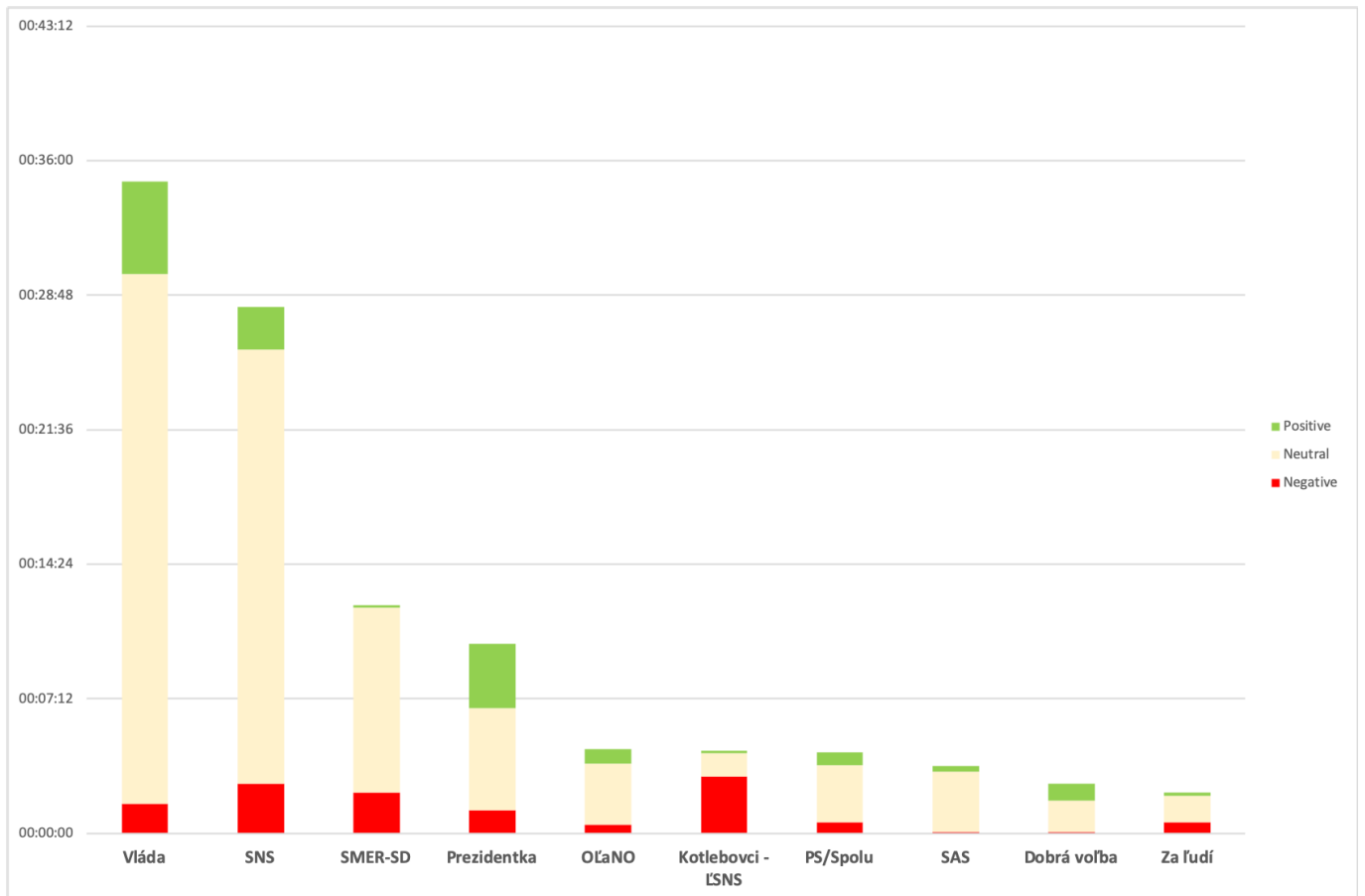
**Priestor a tón pre politické subjekty v spravodajstve - TV JOJ (15.1. - 24.2.2020)**





**Priestor a tón pre politické subjekty v spravodajstve - TA3 (14.1. - 24.2.2020)**





Celá správa v pdf [m98\\_report-4\\_tv\\_final](#)