

SLOVENSKÉ VOĽBY 2020 V INFORMAČNOM PRIESTORE



Volby 2020: Dostatok kvalitných informácií aj napriek dezinformačným snahám

Bratislava, 24. marca 2020 - Podľa spoločnej správy MEMO 98 a GLOBSEC Policy Institute mali slovenskí občania v ostatných parlamentných voľbách dostatok informácií na kvalifikované rozhodovanie. Verejnoprávnu funkciu RTVS však suplovali hlavne súkromné médiá. Hoci primárnym zdrojom politických informácií ostáva televízia, v nedávnej predvolebnej kampani zohral zásadnú rolu Facebook. Útočné a manipulatívne naratívy však koordinovane šíрили nielen pochybné facebookové stránky a skupiny, ale preberali ich aj priamo strany a politici. Tým sa stávali súčasťou bežného politického diskurzu. Tieto a ďalšie zistenia konštatujú analytici v správe *Slovenské voľby 2020 v informačnom priestore*.

Hýbateľom kampane bol Facebook

Fenoménom volieb bola zásadná rola Facebooku, ktorý prvýkrát výraznejšie ovplyvnil spôsob informovania počas kampane pred parlamentnými voľbami na Slovensku. Aj keď treba zdôrazniť, že v

porovnaní s televíziou trikrát menej ľudí čerpá politické informácie z webov a až šesťkrát menej ľudí zo sociálnych médií.

Facebook pravdepodobne výrazne prispel aj k zmene volebnej dynamiky, keď video hnutia OĽaNO *Pred Počiatkovou vilou na francúzskej Riviére* dosiahlo viac ako 1,6 milióna videí, pričom aj iné videá hnutia patrili k najviac interaktívnym postom.

Na druhej strane Facebook nebol schopný v rámci predvolebnej kampane zabezpečiť jednotnú implementáciu pravidiel, ktoré mali zvýšiť transparentnosť politickej reklamy a dodržiavanie vlastných komunitných štandardov. Ani zriadenie špeciálneho fact-checkera pár dní pred voľbami neznižilo množstvo problematického obsahu.

Zatiaľ čo problematické reklamy strany SMER-SD portál YouTube stopol, na Facebooku bežali ďalej. Facebook síce pozastavil pro-kotlebovský Kulturblog a niekoľko ďalších stránok podporujúcich LSNS, tie však promptne zareagovali založením nových stránok, ktoré bez problémov fungujú ďalej.

Silnejúce sociálne médiá priniesli viac manipulatívneho obsahu, šírili sa koordinovane

Rastúci vplyv sociálnych médií so sebou priniesol aj viac neoverených a manipulatívnych informácií, ktoré ľudí utvrdzovali v ich predsudkoch. Sociálne médiá a informačné manipulácie sú aj v zahraničí čoraz viac vnímané ako potenciálna hrozba pre integritu volieb. Ukázalo sa, že situácia na Slovensku je podobná.

„Významnú úlohu v predvolebnej kampani zohrali webové a facebookové stránky, ktoré aj bez oficiálnej príslušnosti presadzovali záujmy určitých politických strán, hlavne LSNS. Vytvárali tak prepracovanú sieť podporovateľov a šíriteľov, ktorí systematicky a opakovane zdieľali obsah priaznivý pre tieto strany,“ vysvetľuje Katarína Klingová, senior analytička organizácie GLOBSEC Policy Institute.

V novej správe *Slovenské voľby 2020 v informačnom priestore* sa nachádza prípadová štúdia článku z kotlebovského webu *Magazín 1*. Tá ukazuje, ako kotlebovské stránky a skupiny na Facebooku vo viacerých vlnách šírili naratívy zľahčujúce extrémistickú povahu LSNS.

Terčom útokov bol liberalizmus. *„Dôsledkom systematického propagovania naratívu liberalizmu ako hrozby, bolo spochybňovanie liberálnej demokracie ako najvhodnejšieho politického zriadenia pre SR napríklad aj významnými verejnými činiteľmi,“* hovorí Miroslava Sawiris, analytička z organizácie GLOBSEC, ktorá sa dlhodobo venuje vplyvu dezinformácií na voľby.

Verejnoprávnoš suplovali najmä súkromné médiá

„Je škoda, že v čase, keď nám informačné prostredie zasmradujú rôzne dezinformačné naratívy, nemáme väčšiu oporu vo verejnoprávnych médiách, ktoré by boli nestranným a spoľahlivým zdrojom informácií,“ hovorí Rasto Kužel z organizácie MEMO 98, ktorá sa už viac ako dvadsať rokov celosvetovo venuje pôsobeniu médií počas volebných kampaní. RTVS si podľa neho nesplnila svoju verejnoprávnu funkciu. Myslí si, že zákonnú požiadavku nestrannosti počas volebnej kampane kompromitovala podporou strán vládnej koalície. Viditeľné to bolo predovšetkým v priestore a spôsobe prezentácie vlády a Slovenskej národnej strany. Strana Andreja Danka sa tešila nadštandardnej pozornosti v spravodajstve. V diskusnej relácii *O 5 minút 12* bola počas kampane dokonca najčastejším hosťom.

„Našťastie niektoré súkromné médiá dlhodobo prinášajú informácie, ktoré sú dôležité pre demokratický charakter krajiny, napríklad systematické upozorňovanie na hrozbu fašizmu. Zároveň svojím výrazným kritickým nastavením tlačia verejné orgány k väčšej zodpovednosti,“ dopĺňa Ivan

Godársky z MEMO 98. Mnohé diskusné a multimediálne formáty, ako aj analytický postoj viacerých online médií prispeli k faktu, že občania mali v parlamentných voľbách dostatok kvalitných a rôznorodých informácií.

Kľúčové zistenia v správe:

Ludia mali dostatok informácií na kvalifikované rozhodovanie – napriek pomerne etablovanej a stále rastúcej sile tzv. ‘alternatívnych’ zdrojov priniesli tradičné médiá rôznorodé informácie o politických aktéroch. Zaujali mnohé diskusné a multimediálne formáty, ako aj analytický a kritický postoj viacerých online médií, ktoré programovo sledovali demokratický verejný záujem. Fenoménom kampane bola kľúčová úloha Facebooku, ktorý prvýkrát v histórii výraznejšie ovplyvnil spôsob informovania počas volebnej kampane k parlamentným voľbám na Slovensku.

RTVS si nespĺnila svoju verejnoprávnú funkciu – zákonnú požiadavku nestrannosti počas volebnej kampane kompromitovala podporou strán vládnej koalície. Viditeľné to bolo predovšetkým v priestore a spôsobe prezentácie vlády a SNS. Strana predsedu NR SR Andreja Danka sa tešila nadštandardnej pozornosti v spravodajstve a v diskusnej relácii *O 5 minút 12* bola počas kampane dokonca najčastejším hosťom. Rada pre vysielanie a retransmisiiu toto zlyhanie nezaznamenala.

Online médiá, a to jednak spravodajské portály (aktuality.sk), ako aj webové stránky niektorých tlačných médií (Aktuality.sk, Denník N, SME a Pravda), sú stále dôležitejšou informačnou bázou pre občanov. Dlhodobo prinášajú informácie, ktoré sú dôležité pre demokratický charakter krajiny (hrozba fašizmu) a zároveň svojim kritickým nastavením tlačia verejné orgány k väčšej zodpovednosti. V tomto smere častokrát dopĺňajú, či dokonca nahrádzajú verejnoprávnú RTVS. Mnohé z online médií veľmi úspešne využili aj výhody multimediálnych redakcií a zorganizovali diskusie a rozhovory s kandidátmi.

Hoci sociálne médiá sú už trvalou súčasťou volieb na Slovensku, v kontexte parlamentných volieb zohrali tentokrát zásadnú úlohu. Instagram pomaly získava popularitu, ale zatiaľ ho politicky aktívne využíva iba minimum kandidátov. Naopak, Facebook sa stal nástrojom kampane a pravdepodobne výrazne prispel k zmene volebnej dynamiky, keď video hnutia OĽANO z francúzskej Riviéry malo viac ako 1,62 milión videní. Takisto aj 3 reklamné video spoty SMER-SD a jeden SaS zaznamenali viac ako jeden milión videní.

Významnú úlohu v predvolebnej kampani zohrali internetové a FB stránky, ktoré aj bez oficiálnej atribúcie presadzovali záujmy politickej strany. Vytvárali tak prepracovanú sieť podporovateľov a amplifikátorov, ktorí systematicky a opakovane zdieľali rôzne naratívy.

Terčom útoku v problematickej časti informačného spektra bol liberalizmus. Dôsledkom systematického propagovania naratívu liberalizmu ako hrozby je spochybňovanie liberálnej demokracie ako najvhodnejšieho politického zriadenia pre SR významnými verejnými činiteľmi.

Na otvorených skupinách na FB, ktoré zdieľajú problematický obsah, bola počas 5 mesiacov najpopulárnejšia téma vonkajšieho zasahovania do volieb. V príspevkoch boli z údajného zasahovania obviňovaní rôzni aktéri, od neziskových organizácií, cez prieskumné agentúry, médiá, až po tzv. “liberálov”.

Nárast podpory pre LSNS v prieskumoch a vo voľbách sa pretavil aj na internete. LSNS bola najčastejšie spomínanou stranou na najvirálnejších príspevkoch štandardných aj problematických webov počas 5 mesiacov monitoringu.

V rámci predvolebnej kampane Facebook nebol schopný zabezpečiť jednotnú implementáciu pravidiel, ktoré mali zvýšiť transparentnosť politickej reklamy a dodržiavanie svojich komunitných

štandardov. Ani zriadenie špeciálneho fact-checkera neznižilo množstvo problematického obsahu.

Odporúčania:

Upraviť financovanie RTVS s cieľom zvýšiť jej nezávislosť od vládnej moci a umožniť plnohodnotne realizovať jej verejnoprávny charakter, predovšetkým v spravodajstve a publicistike. Prezentovať skutočnú pluralitu názorov, nebáť sa hájiť verejný záujem aj kritikou vládnej moci, a preto podporovať sebavedomú investigatívnu žurnalistiku.

Regulačný mediálny orgán (Rada pre vysielanie a retransmisiiu [RVR]) by mala aktívne dohliadať na vysielanie vo volebnej kampani a mali byť mať vytvorené legislatívne podmienky na promptnú reakciu, vrátane adekvátneho sankčného mechanizmu. Okrem toho by malo byť v tejto súvislosti jej povinnosťou realizovať počas kampane kontrolný monitoring spravodajských a politicko-publicistických programov.

V súlade s právom voličov na informácie im umožniť rozlišovať medzi platenou reklamou a inými informáciami - sponzorovaný volebný materiál, či už online alebo offline, by mal byť jasne označený, aby bolo zrejmé, kto zaň zaplatil. Príslušné orgány (Štátna komisia pre voľby a kontrolu financovania politických strán [ŠKV] a RVR) by v tejto súvislosti mali vytvoriť stály archív reklám, verejne prístupný pre zvýšenie transparentnosti volebného procesu, ktorý by mal byť prehľadné kategorizovaný (napr. podľa súm či typu výdavkov).

Nadnárodné technologické firmy (Google, Facebook a ďalší) by mali urobiť všetko preto, aby zlepšili transparentnosť online politickej reklamy a promptne reagovali na obsah, ktorý porušuje ich štandardy, resp. národnú legislatívu. Regulačné orgány (ŠKV a RVR) by s nimi mali pravidelne komunikovať a zabezpečiť efektívnu a včasnú reakciu v prípade zneužitia platformami týchto firiem na nenávisť, násilie podporujúci alebo inak nezákonný obsah. V prípade, že toto nebude dostatočné riešenie na odstránenie podobných problémov počas volebnej kampane, je nutné zvážiť špecifickú reguláciu v tejto oblasti.

Prehodnotiť spôsob voľby generálneho riaditeľa RTVS, ako aj členov RVR, s cieľom posilniť aspekt profesionality a skutočného kreditu v odborných kruhoch na úkor priameho politického vplyvu. Takisto by bolo žiaduce, aby sa proces odohrával transparentne, na základe verejných vypočítí a následnej verejnej voľby.

Vytvoriť dezignovaný kontakt/office pre každú členskú krajinu EÚ, v ktorého kompetencii bude komunikácia so štátnymi inštitúciami, poskytovanie kompletných databáz o politickej reklame, o nahlásenom a odstránenom obsahu, ako aj informovanie o plánovaných modifikáciách komunitných štandardov sociálnej siete, aby mohli byť s relevantnými inštitúciami vopred konzultované.

Zvýšiť vymožitelnosť dodržiavania pravidiel, ktoré dbajú na transparentnosť cielenej reklamy a zvyšujú tak informovanosť užívateľov. Zároveň by mal Facebook automaticky a pravidelne posielat údaje o všetkých platených reklamách národným inštitúciám, ktoré kontrolujú financovanie politických kampaní.

Zrýchliť a zefektívniť odstraňovanie problematického obsahu, ktorý bol nahlásený Facebooku overeným nahlasovateľom, tzv. trusted flagger.

Vytvoriť systém sťažností pre prípady, kedy sociálna sieť zlyhala v odstraňovaní obsahu, ktorý šíri prejavy nenávisti, extrémizmu alebo cielene šikanuje jednotlivcov. Sťažnosťami by sa mali promptne zaoberať relevantné štátne a európske inštitúcie, ktoré by mali sociálne siete za podobné zlyhania finančne penalizovať.

Najať viac lokálnych expertov pre sociálne médiá, ktorí by dohliadali na kvalitu moderovania obsahu a zároveň poskytovať dáta o vyhodnocovaní jednotlivých prípadov nezávislým inštitúciám a výskumníkom na účely auditu a ďalšieho výskumu. V prípade zrušenia účtu alebo zmazania príspevku uviesť popri informácii o zrušení aj dôvody. Lahšie sa tým predíde šíreniu konšpirácií o cenzúre zo strany FB.

[tlacova-sprava](#)

[finalna-sprava](#)