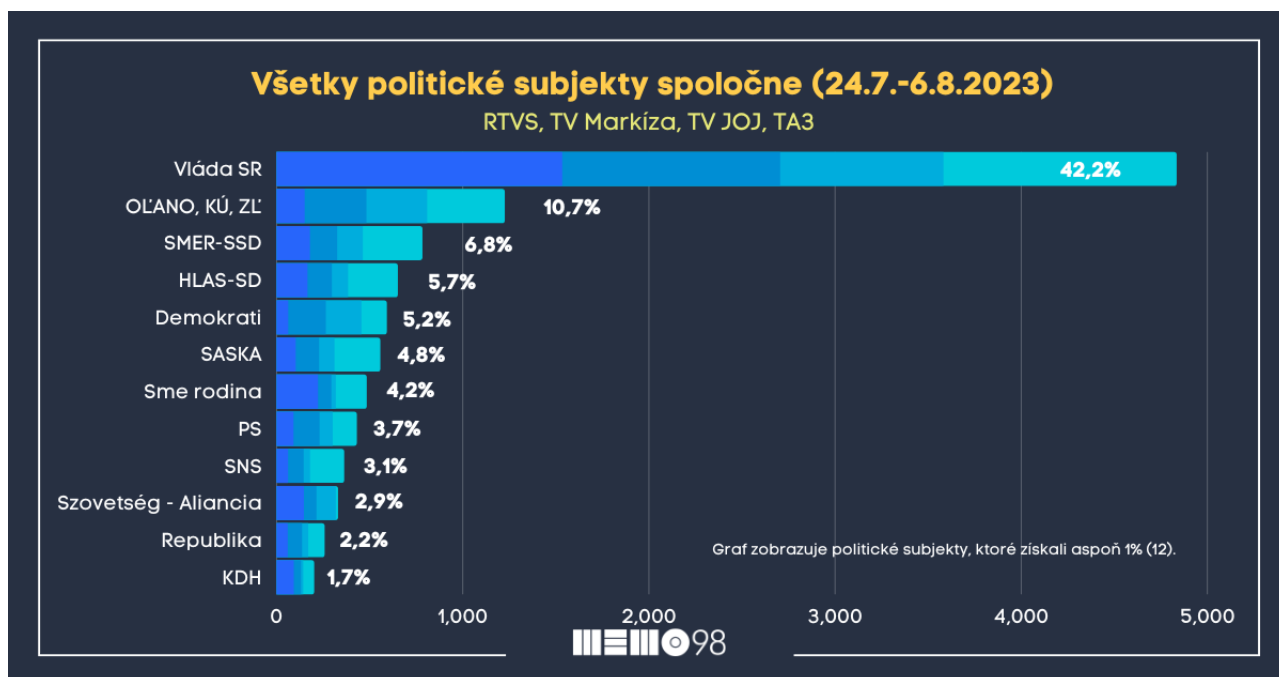


[INFOVOLBY 2023] SPRAVODAJSTVO - Pozornosť sa v lete upriamila na opozíciu

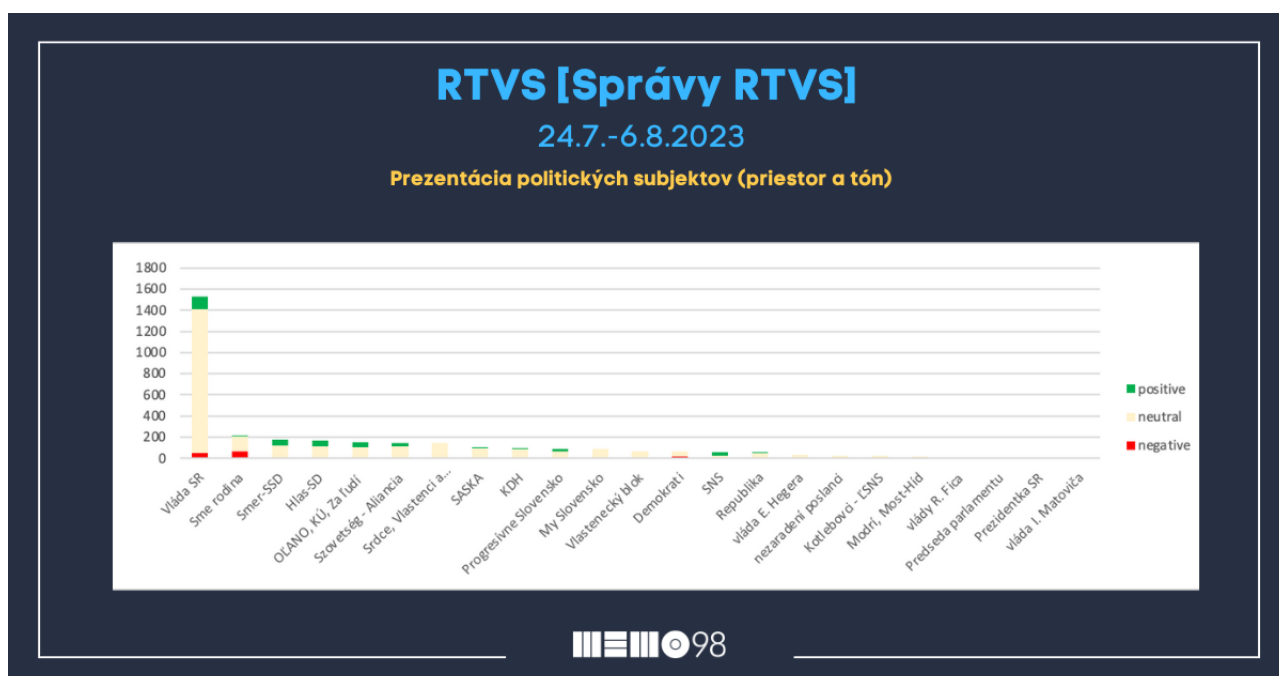
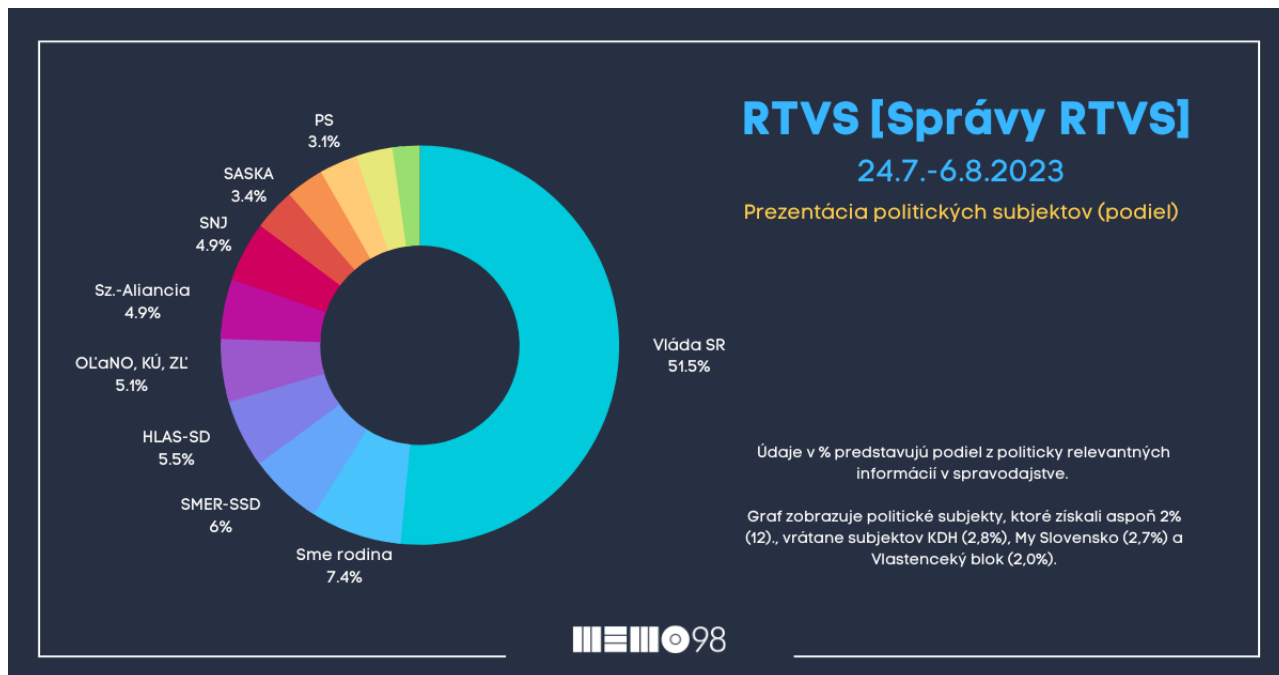
Tretia správa monitoringu: Spravodajstvo televízií a na weboch začalo v lete otáčať pozornosť k opozícii, predovšetkým k strane HLAS-SD. Bolo však do veľkej miery kritické. Televízie kritizovali OĽaNO. Všetci čiastočne obchádzali PS.

Televízie

- V televíziách najviac priestoru zo všetkých politických subjektov (politické strany, vláda a jednotlivé ministerstvá, prezidentka, predseda NR SR, Štátna komisia pre voľby) získala vláda - **v priemere všetkých televízií to bolo 42,2** (v prvom období, na konci júna, to bolo 27,1%).



- **Prezidentke SR Zuzane Čaputovej venovali televízie ešte menší priestor ako minule** - v súhrne všetkých televízií to bolo 0,8% (v prvom období 6,5%).
- **V spravodajstve televízií mali už výraznejší priestor strany opozície**, strana SMER-SSD bola celkovo druhou najzobrazovenejšou stranou (získala 6,8%), strana HLAS-SD bola treťou najviac prezentovanou stranou (celkovo 5,7%, takmer dvojnásobok priestoru v júni - 3%). Pokiaľ ide o spôsob prezentácie, v RTVS mala strana najpozitívnejší obraz, naopak TV JOJ o strane informovalo najkritickejšie. Podobný obraz zaznamenala aj strana HLAS-SD, RTVS jediná reflektovala stranu prevažne pozitívne.



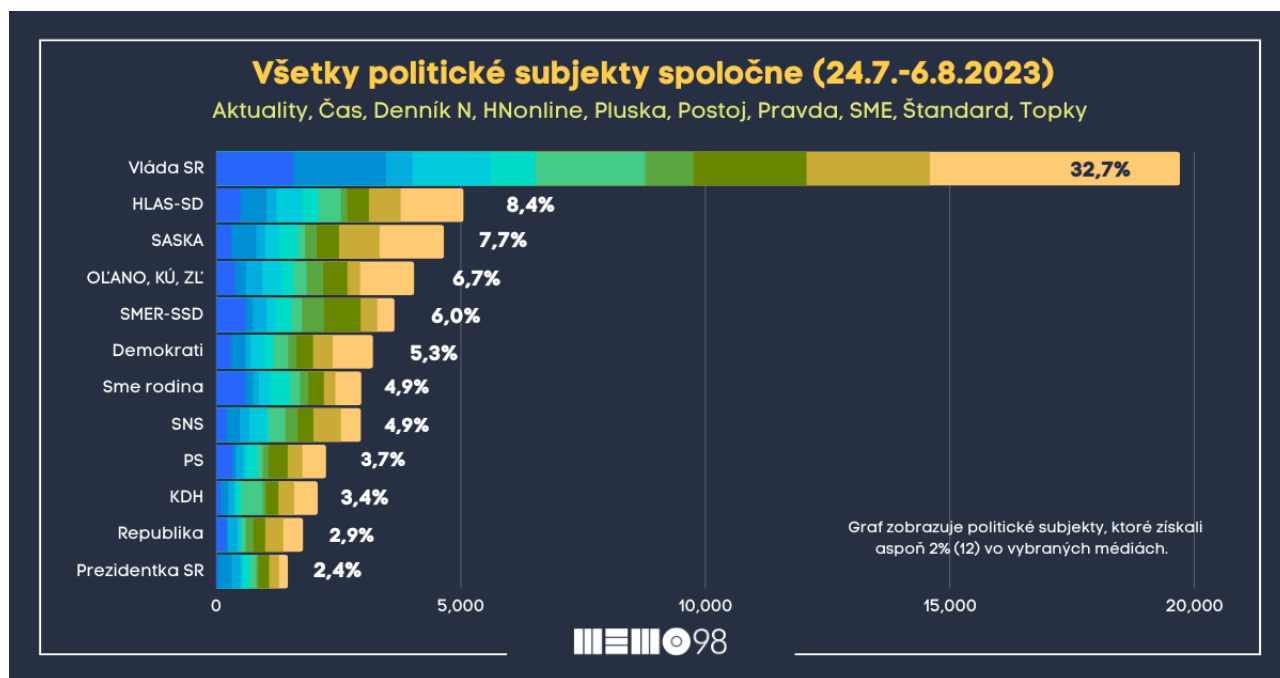
- **Najväčší priestor, rovnako ako v prvom období získala strana OĽaNO a priatelia** (a jej koalíční partneri Kresťanská únia, Za ľudí) - v priemere všetkých televízií 10,7% (v prvom období to bolo takmer identických 11%). Podobne ako v júni, najväčší priestor získala strana v TV JOJ (15,9%). Hoci mala strana najväčší spravodajský priestor vo všetkých troch súkromných televíziách, všetky k nej boli zároveň kritické, najvýraznejšie v TA3 (19% informácií bolo s negatívnym tónom).

Online

- **V online médiách mala vláda takisto najväčší podiel relevantného mediálneho priestoru, v priemere všetkých online médií 32,7%** (do výpočtu priemeru sme nezaradili dva online zdroje, ktoré dlhodobo uverejňujú problematický obsah - Ereport a Hlavný denník), s najväčším podielom v Postoji (42,7%) a s najnižším podielom v Denníku N (18,1%).
- Celkovo sa **zmena pozornosti týkala aj online médií, ktoré v porovnaní s júnom výrazne**

viac priestoru venovali stranám opozície. Kým v prvom sledovanom období mali koalície bývalé vládne strany bývalých vlád Igora Matoviča a Eduarda Hegera, keď boli najzobrazovanejšími v 10 sledovaných médiách (okrem médií s problematickým obsahom), teraz to bolo naopak. Opozičné strany boli tentokrát najzobrazovanejšími v 9 z 12 sledovaných online zdrojov, pričom výraznejšia pozornosť bola venovaná aj ďalšej opozičnej strane SNS (v tomto období získala 6% oproti 1,8% v júni).

- **HLAS-SD bol celkovo najzobrazovanejšou stranou** - v priemere 10 médií získal 8,4% (individuálne najviac, rovnako ako v prvom období, v Ereporte - 17,6%), pričom bol zároveň najprezentovanejšou stranou v 4 sledovaných zdrojoch. Pokiaľ ide o spôsob zobrazenia, väčšina médií stranu prezentovala prevažne neutrálne, no zároveň pomerne kriticky.



- Všeobecné stále platí, že **Progresívne Slovensko (PS), napriek dlhodobu silným preferenciám, má v médiách limitované pokrytie** - zatiaľ čo v oboch obdobiach išlo o siedmy najprezentovanejší subjekt v spravodajstve televízií spoločne, v online médiách to bolo podobné - v prvom období bolo PS šiestym a v prázdninovom období ôsmym najprezentovanejším subjektom v priemere 10 online médií.

[Správa v pdf](#) obsahuje hlavné zistenia, aj detailnú grafickú časť.

Predchádzajúce správy mediálneho monitoringu k parlamentným voľbám 2023:

[Politické diskusie za posledných 7 mesiacov](#) (11. júl 2023)

[Politické strany v TV & ONLINE spravodajstve](#) (18. august 2023)

Monitoring pokračuje aj v posledných dvoch týždňoch volebnej kampane. Realizuje vďaka podpore [National Endowment for Democracy \(NED\)](#)

Tags