

# [Infovolby.sk] Televízie - Peter Pellegrini profituje zo svojej oficiálnej pozície

Ako sa darí kandidátom v spravodajstve televízií tesne v období pred ukončením kampane (26.február - 7. marec)?

## ÚVOD

Je smutným faktom, že dôvera v médiá je na Slovensku dlhodobo veľmi nízka - len 27%, čo Slovensko radí takmer na chvost (44 zo 46 krajín, pričom nižšie sú len Maďarsko a Grécko, na čele rebríčka je Fínsko so 69%, v prvej desiatke sú ďalšie tri severské krajiny).

Okrem faktu, že tieto čísla odzrkadľujú aj rozvetvenú sieť zdrojov s problematickým obsahom (tzv. dezinfo scéna), ktoré sú pre mnohých ľudí časťou mediálneho priestoru a logicky znižujú jeho celkovú dôveryhodnosť, zaujímavé je aj rozmenenie čísel na drobné. Reuters Institute vo svojej [Digital News Report 2023 \(Slovakia\)](#) uvádza, že z 15 hodnotených slovenských médií bola dôvera prevažujúcim hodnotením až u 11 z nich (opačne dopadli len bulvárnejšie médiá - Nový čas, Plus, Topky a Refresher).

[Digital News Report 2023 \(World\)](#) zároveň jednoznačne poukazuje na súvislosť medzi vysokou frekvenciou, s akou médiá čelia kritike, a následnou nízkou dôverou v ne. Slovensko sa uvádza ako jeden z exemplárnych prípadov, kde médiá čelia neustálemu tlaku a kritike zo strany politikov - v jednej línii s USA, Maďarskom a Tureckom (Slovensko má štvrtý najvyšší podiel kritiky médií zo strany politikov).

Politici z národno-konzervatívnych politických zoskupení a predovšetkým vrcholní predstavitelia vládnucej SMER-ssd a SNS v posledných rokoch zámerne podkopávajú dôveryhodnosť tradičných médií, pričom na čele tejto otvorene nepriateľskej rétoriky stoja čelní predstavitelia štátu - premiér Róbert Fico a predseda koalície SNS Andrej Danko, ktorí systematicky útočia voči kritickým médiám. Aj bývalý premiér Matovič (hnutie Slovensko) pomerne pravidelne používa negatívne nálepky voči kritickým médiám.

Posledný vývoj okolo RTVS, kde Ministerstvo kultúry tento týždeň predstavilo návrh dramatickej zmeny fungovania verejnoprávneho médiá s cieľom de-facto politickej kontroly, by znamenal stratu nezávislosti média. MEMO 98 v spolupráci s inými organizáciami občianskej a odbornej verejnosti (Nadácia Zastavme korupciu, Via Iuris, Transparency International Slovakia, INEKO, ICJK) 14.marca iniciovalo verejnú výzvu [Zastavme únos RTVS](#) voči predmetnému návrhu zákona a pomáhalo pri príprave hromadnej pripomienky k jeho textu ([Toto nie je OK!](#)).

MEMO 98 sa dlhodobo venuje zobrazovaniu politických subjektov a ich predstaviteľov v médiách na Slovensku ako aj v zahraničí, naposledy počas parlamentných volieb 2023, kedy sme vydali šesť monitorovacích správ o pokrytí kampane v spravodajstve televízií a online médií, ako aj v diskusných formátoch.

## HLAVNÉ ZISTENIA

Naša druhá monitorovacia správa v súvislosti s prezidentskými voľbami analyzuje prezentáciu prezidentských kandidátov v hlavných spravodajských reláciách RTVS, TV Markíza TV Joj a TA3 počas 11 dní záverečnej fázy kampane (26.2.-7.3.2024).

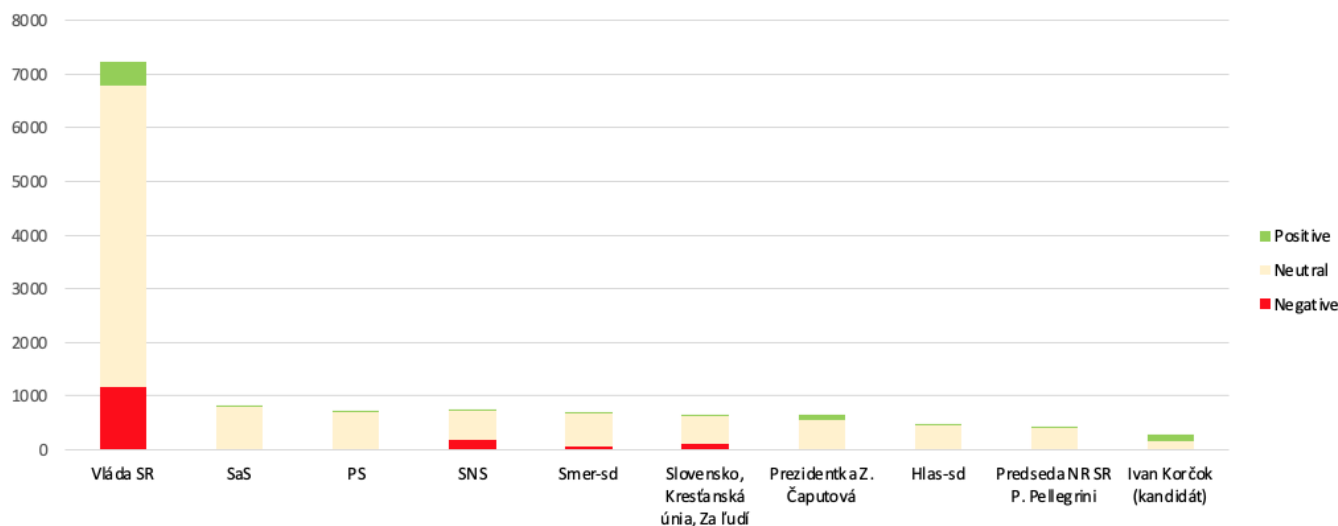
Správa zároveň prináša analýzu mediálnej prezentácie aj niektorých iných politických subjektov - politických strán, hnutí, a ako aj predstaviteľov štátu (prezident SR, vláda SR). Sledovanými kritériami bol priestor, ktorý médiá venovali sledovaným subjektom, ako aj spôsob (pozitívny, neutrálny, negatívny), akým boli prezentované.

**Najzobrazovanejším politickým subjektom bola v sumáre televízií (a aj v každej z televízií) vláda SR - celkovo so 47,7%.** Najviac priestoru jej venovali RTVS (52,6%) a TA3 (51,1%), najmenej TV Markíza (41,3%).

#### Všetky televízie spoločne (spravodajské relácie)

##### Politické subjekty

26. február - 7. marec 2024



**Prezidentka Zuzana Čaputová dostala v sumáre televízií 4,3%,** najviac v TA3 (7,3%), najmenej v RTVS (3,1%).

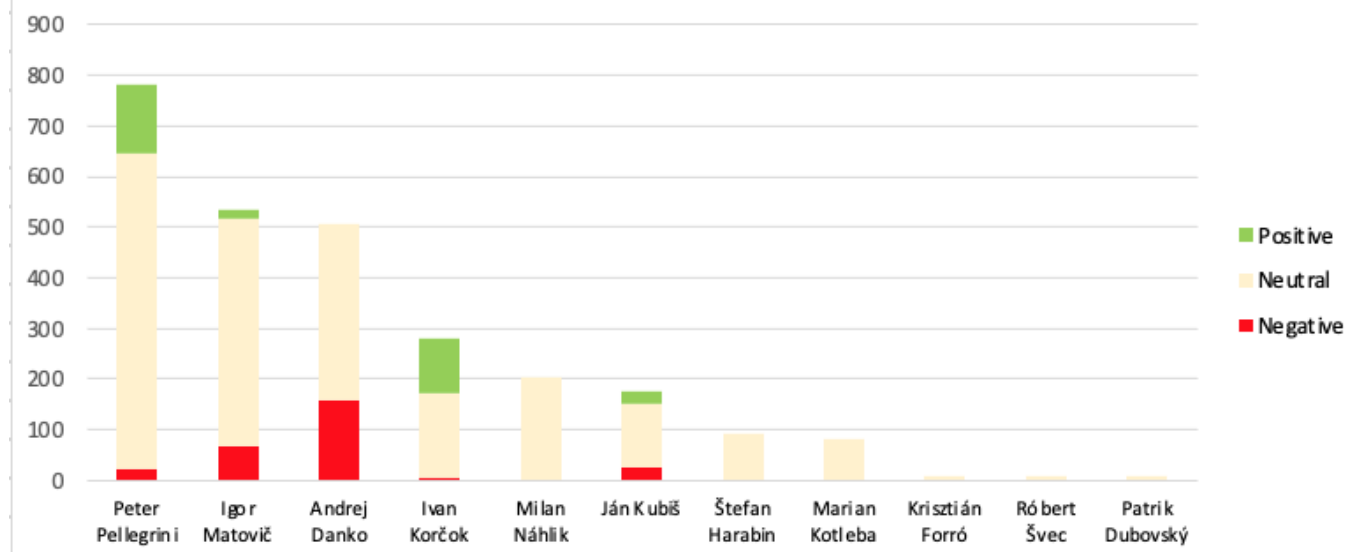
**Predseda parlamentu Peter Pellegrini dostal dostala v sumáre televízií 2,9%,** najviac v TA3 a TV JOJ (4,3%), najmenej v RTVS (1,8%).

**Peter Pellegrini bol v sumáre televízií najprezentovanejším politikom spomedzi kandidátov, získal 29,2% priestoru (13 minút a 1 sekunda)** venovaného týmto politikom (aj ako predstaviteľom strán, aj v iných funkciách). Druhým najzobrazovanejším bol Igor Matovič (19,9%), tretím Andrej Danko (18,9%), teda predstavitelia parlamentných strán. Nasledoval prvý občiansky kandidát Ivan Korčok s priestorom na úrovni 10,4% (4 minúty 39 sekúnd).

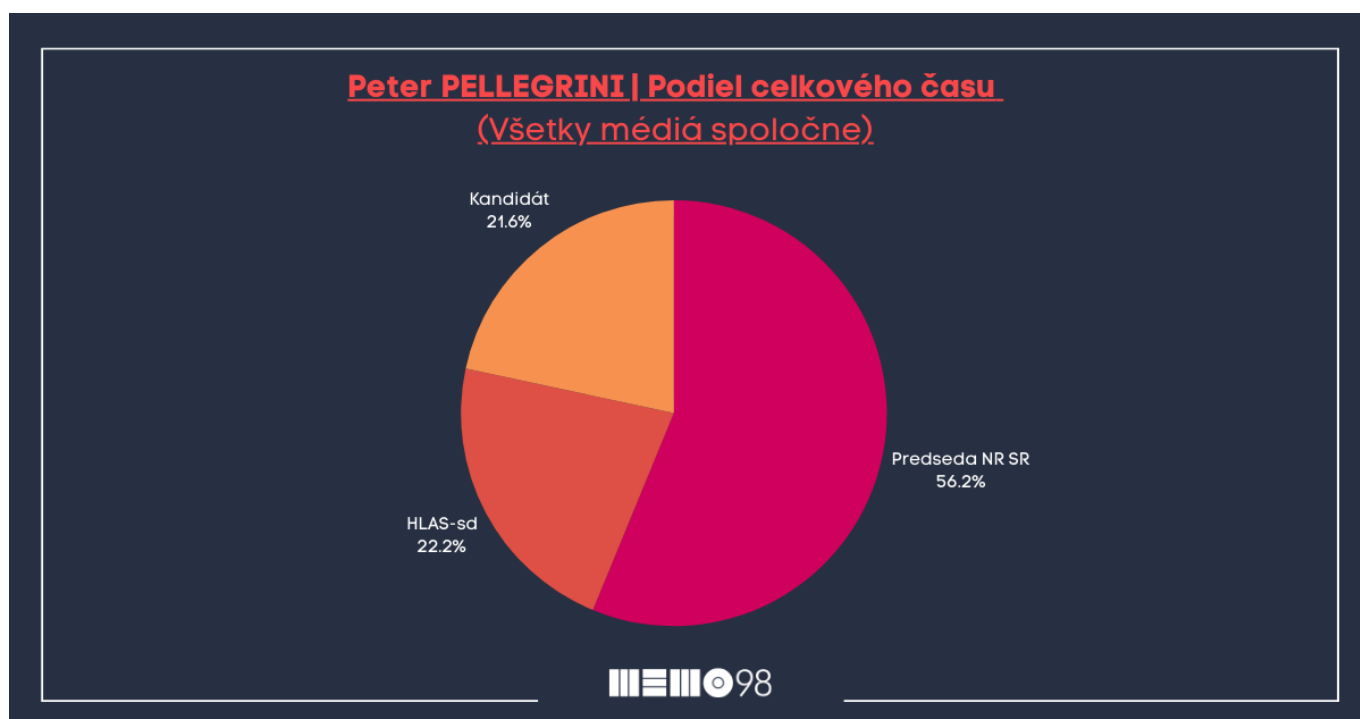
## Všetky televízie spoločne (spravodajské relácie)

### Prezidentskí kandidáti

26. február - 7. marec 2024



**Peter Pellegrini ťažil z pozície predsedu NR SR, v ktorej získal 56,2% jeho priestoru (7 minút 19 sekúnd) - 22,1% získal ako predstaviteľ strany HLAS-sd a 21,6% ako kandidát.** Potvrďuje sa zistenie z našej správy č. 1 (zo 4. marca), ktorá analyzovala obsah postov na Facebooku počas prvých šiestich týždňov kampane - takmer 60% postov Petra Pellegriniho bolo spojených s výkonom oficiálnej funkcie.



**Ivan Korčok a Peter Pellegrini boli z kandidátov prezentovaní najpozitívnejšie** (v kontexte celého pokrytia, nielen času venovaného kandidatúre). U Ivana Korčoka to bolo v TV JOJ, TV Markíza aj TA3, u Petra Pellegriniho výrazne v TA3. Naopak, najkritizovanejším bol predseda SNS Andrej Danko, najviac v TV JOJ.

**Pokiaľ ide len o priestor venovaný politikom výlučne v pozícii „kandidát“, tu bola najväčšia**

**pozornosť venovaná Ivanovi Korčokovi - 23,5%** z tohto času. V sumáre všetkých televízií nasledovali Igor Matovič a Milan Náhlik.

**Celkovo je jedným z kľúčových zistení, že televízie venovali pomerne málo spravodajského priestoru téme volieb ako takým** - najviac to bolo v TV Markíza (6,9% z celkového priestoru spravodajskej relácie), najmenej v TA3 (1,3%). Počas parlamentnej kampane 2023 venovali televízie volbám a ich rôznym aspektom väčší priestor - medzi 13,9% (TV Markíza) a 7,1% (RTVS).

**Vyhýbanie sa diskusiám, ako to vidíme predovšetkým zo strany spolufavorita volieb Petra Pellegriniho vytvára demokratický deficit**, čoho dôsledkom je menej a teda horšie informovaný volič.

Ako MEMO 98 už viackrát v minulosti uviedlo, interaktívna a dynamická diskusia za účasti viacerých kandidátov, moderovaná skúseným novinárom a nezviazaná príliš úzkostlivým dodržiavaním pravidiel o rovnakom čase, je počas volebných kampaní divácky najpríťažlivejšou a najinformatívnejšou formou. Práve dialóg medzi samotnými kandidátmi umožňuje voličom najlepšie porovnať a posúdiť ich silnejšie a slabšie stránky.

Tak ako sme oceňovali prístup televízií aj viacerých iných médií počas kampane pred predčasnými parlamentnými voľbami (vydali sme v tejto súvislosti dve špecifické správy, viď vyššie), tak momentálne je situácia skôr opačná.

Absencia kandidátov v diskusiách, resp. ich vyhýbanie sa im, vytvára demokratický deficit, čoho dôsledkom je menej a teda aj horšie informovaný volič. Viac sa téme diskusií budeme venovať v nasledujúcej správe. Všetky doteraz uskutočnené diskusie a rozhovory je možné nájsť (linky na ne) na našom informačnom portáli [www.infovolby.sk](http://www.infovolby.sk) (sekcia [Médiá](#)).

[Celá správa](#) vo formáte pdf.

Nasledujúcu správu, ktorá prinesie aj zistenia za online médiá prinesieme o pár dní, na konci volebnej kampane pred prvým kolom.