

[infovolby.sk] Online kampaň - Aktuality a Denník N kritizujú vládu, alternatívne zdroje prízemne útočia na Korčoka

Ako sa darilo kandidátom a politickým subjektom v online priestore 3,5 týždňa pred prvým kolom?

ÚVOD

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.

Táto správa analyzuje zobrazenie prezidentských kandidátov ako aj niektorých iných politických subjektov (politických strán, hnutí, a oficiálnych predstaviteľov štátu (prezident SR, vláda SR) v hlavných politických sekciách sledovaných 10 online médií a iných zdrojov. Pre účely monitoringu a prezentácie sme ich rozdelili do 3 základných kategórií:

- Spravodajské informačné weby, resp. online verzie tradičných tlačných denníkov (Aktuality, Postoj a Denník N, Pravda, SME);
- Bulvárne online zdroje (Čas, Pluska);
- Online zdroje s dlhodobo problematickým obsahom (E-report, Hlavné správy, Infovojna).

Vybrané médiá a iné zdroje sme monitorovali počas 3,5 týždňa záverečnej fázy kampane (26.2. - 20.3.2024), pričom sledovanými kritériami boli priestor, ktorý médiá venovali sledovaným subjektom, ako aj spôsob (pozitívny, neutrálny, negatívny), akým boli prezentované.

HLAVNÉ ZISTENIA

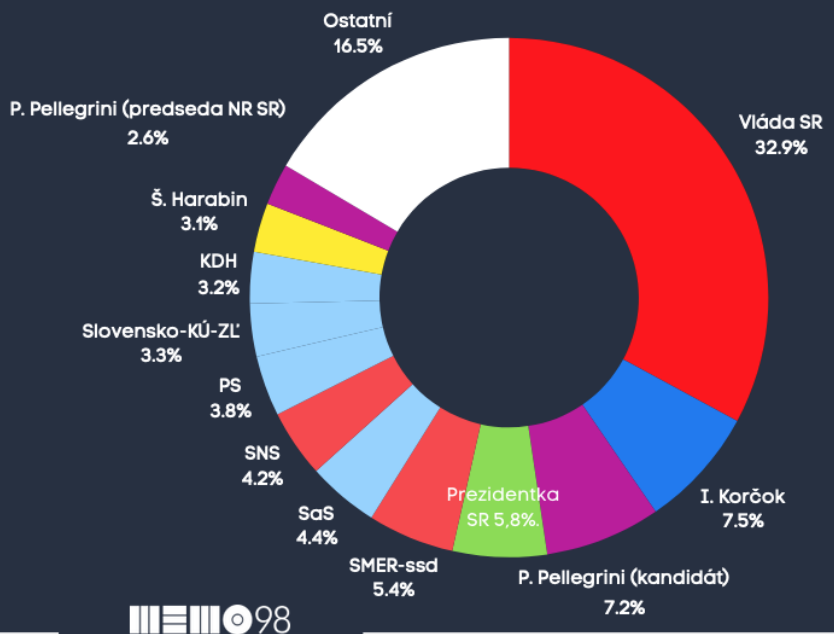
Najzobrazovanejším politickým subjektom bola v každom zo sledovaných online médií a iných zdrojov vláda SR - zo sledovaných 3 kategórií najviac v bulvárnych online médiách - 38,6%. Pri pohľade na jednotlivé médiá a zdroje, najviac podielu správ jej venovali Čas.sk (44,5%) a E-report (39,3%), najmenej Pravda.sk (19,5%). Podobne vysoký podiel pre vládu je na Slovensku dlhodobým trendom - podobný obraz je viditeľný aj v televíziách, kde je podiel zvyčajne ešte vyšší, až nad úroveň 50%.

POLITICKÉ SUBJEKTY (26.2.-20.3.2024)

Aktuality, Denník N, Postoj,
Pravda, SME (spoločne)

Údaje predstavujú podiel z politicky
relevantných článkov v sledovaných
sekcích.

Zobrazené sú subjekty s minimálne 3%,
prípadne aj prezidentskí kandidáti.



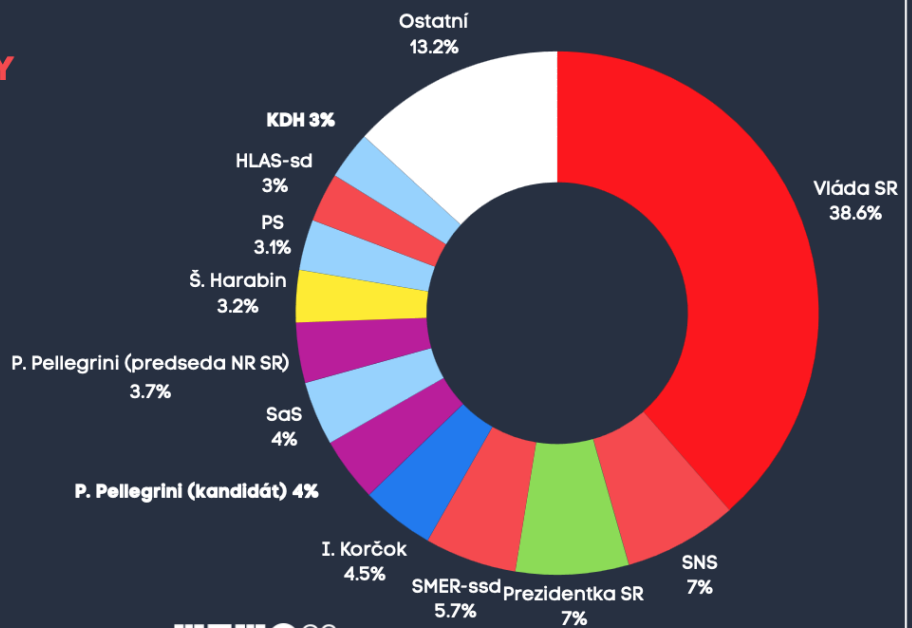
MEMO 98

POLITICKÉ SUBJEKTY (26.2.-20.3.2024)

Čas, Pluska (spoločne)

Údaje predstavujú podiel z politicky
relevantných článkov v sledovaných
sekcích.

Zobrazené sú subjekty s minimálne 3%,
prípadne aj prezidentskí kandidáti.



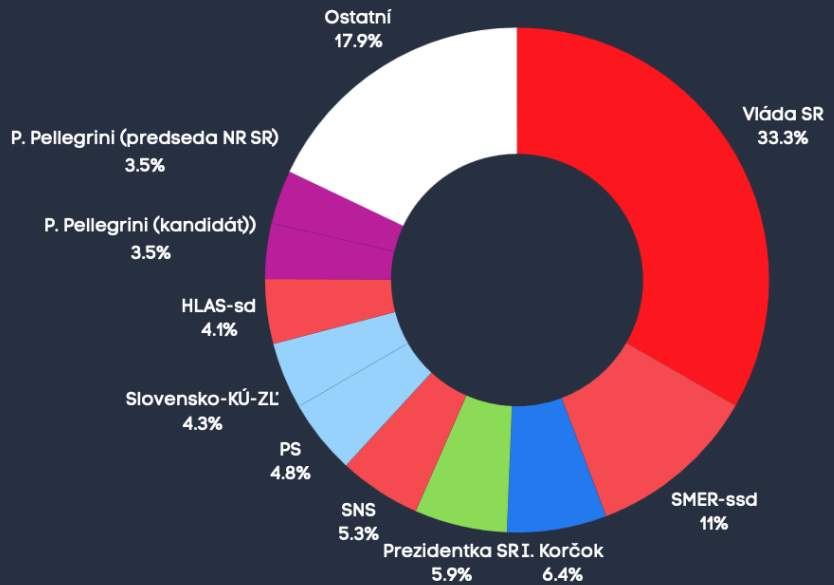
MEMO 98

POLITICKÉ SUBJEKTY (26.2.-20.3.2024)

E-report, Hlavné správy, Infovojna
(spoločne)

Údaje predstavujú podiel z politicky
relevantných článkov v sledovaných
sekciónach.

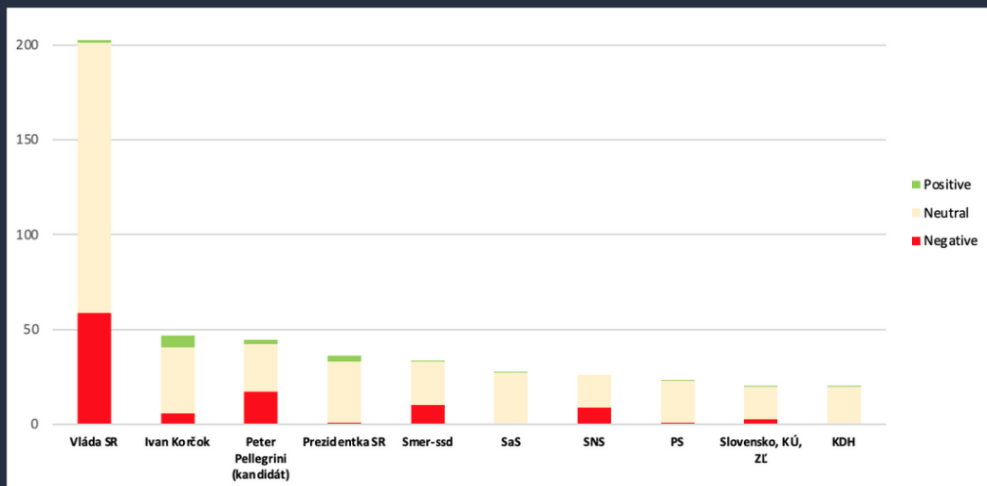
Zobrazené sú subjekty s minimálne 3%,
prípadne aj prezidentskí kandidáti.



Obraz vlády bol vo väčšine z monitorovaných zdrojov kritický (podiel kritických informácií voči pozitívnym bol väčší) – výnimkou boli Aktuality a Denník N, kde dominovali kritické informácie. **Naopak, v zdrojoch s problematickým obsahom bol obraz vlády iný, najpozitívnejší na Infovojna.**

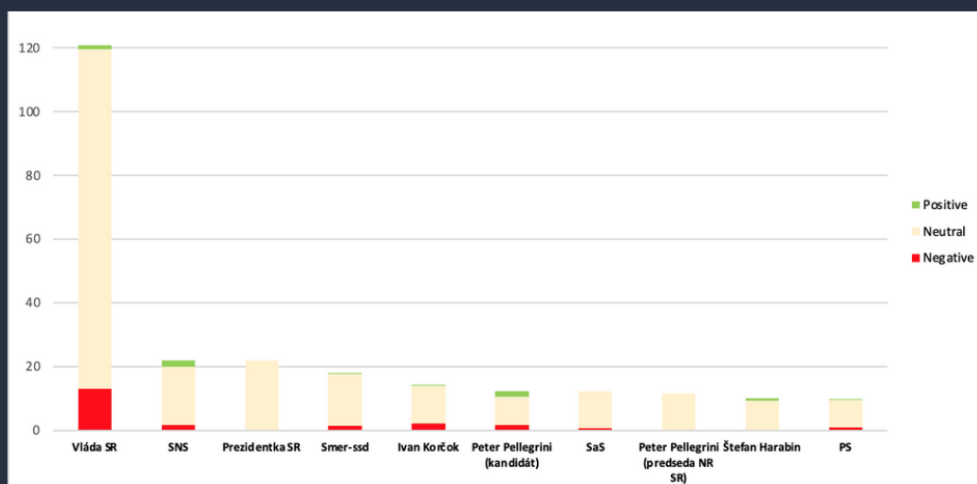
AKTUALITY, DENNÍK N, POSTOJ, PRAVDA, SME (spoločne)

Prezentácia politických subjektov (priestor a tón)



ČAS, PLUSKA (spoločne)

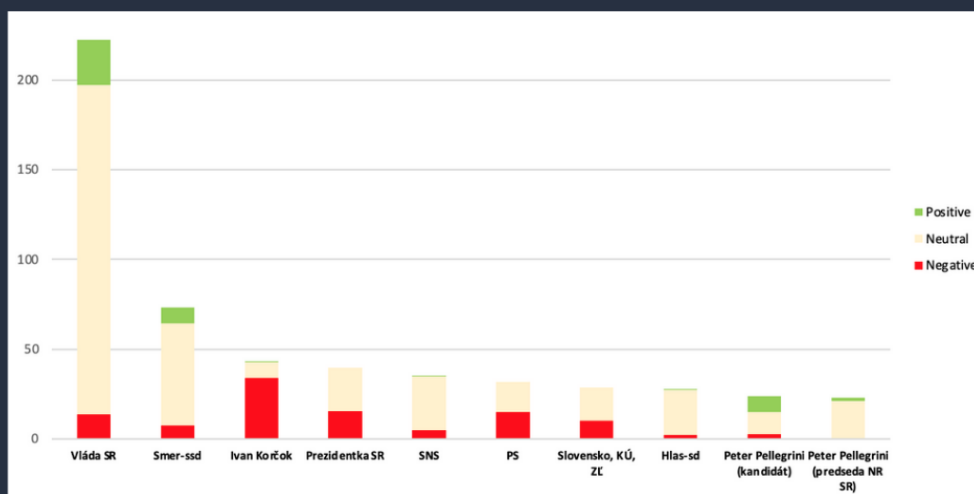
Prezentácia politických subjektov (priestor a tón)



MEMO98

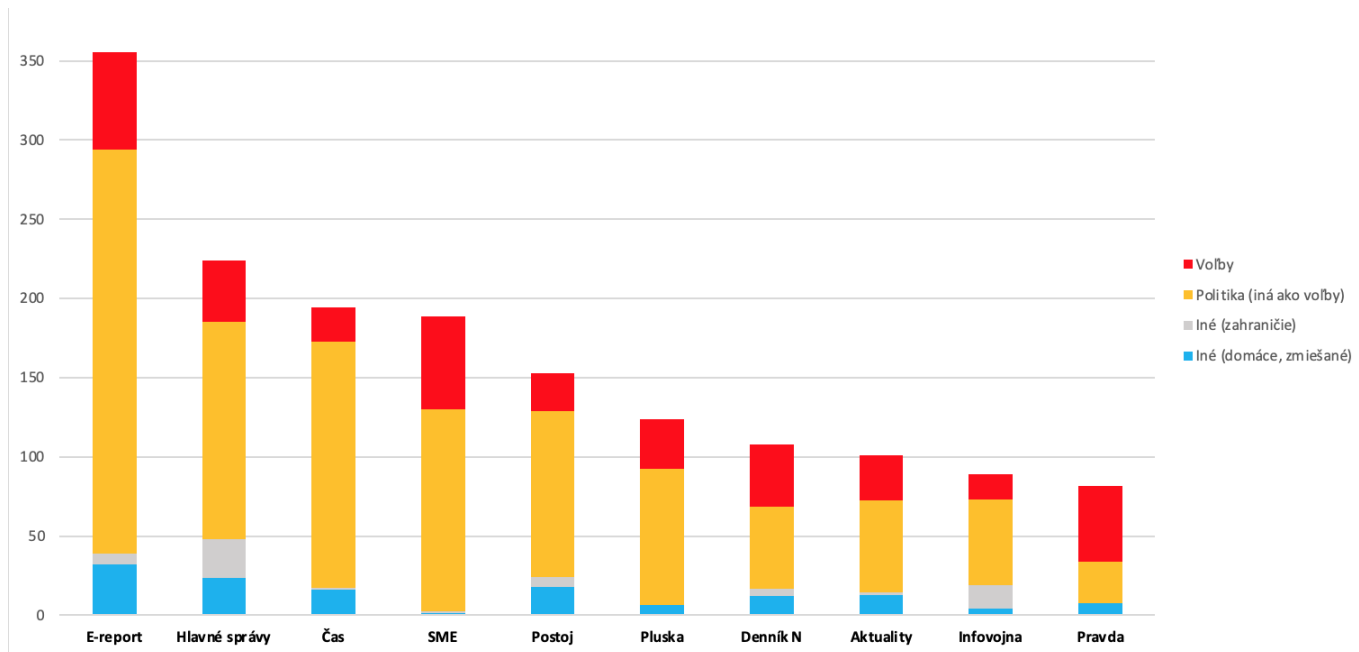
Ereport, Hlavné správy, Infovojna (spoločne)

Prezentácia politických subjektov (priestor a tón)



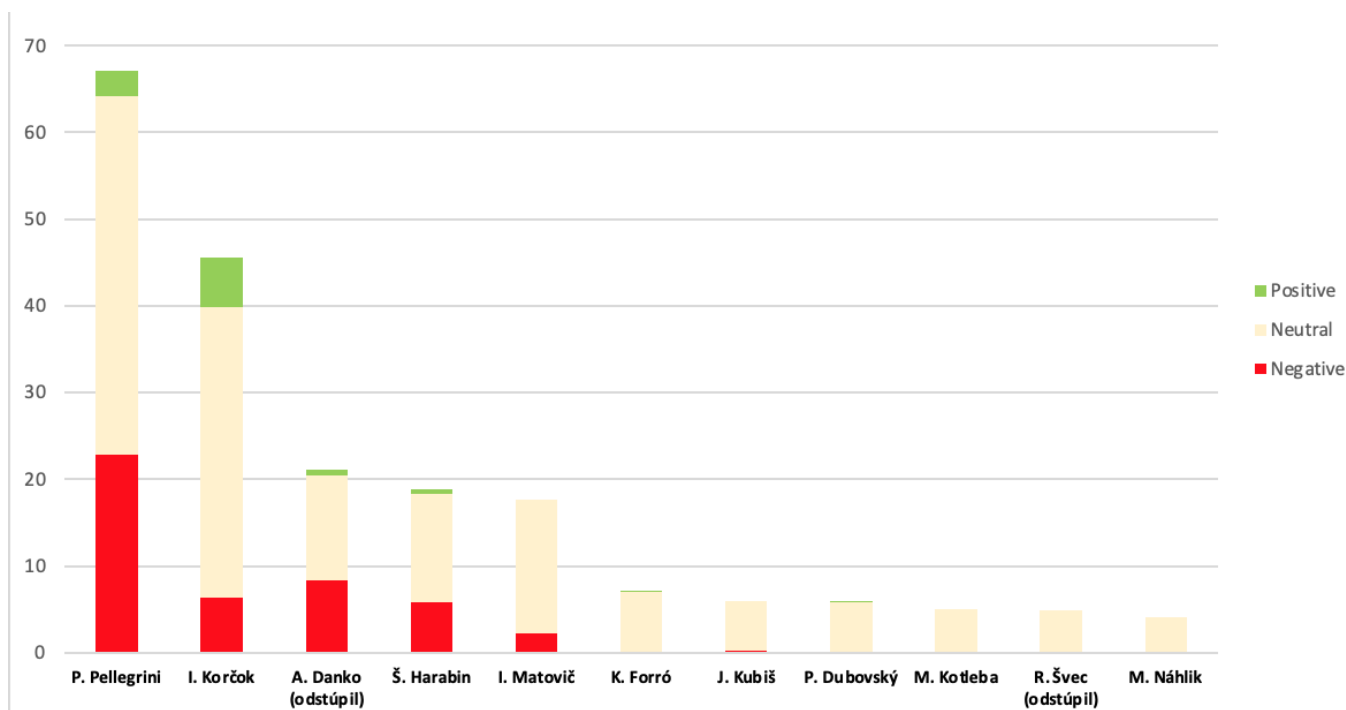
MEMO98

Online médiá a iné zdroje venovali voľbám výrazne viac priestoru ako TV spravodajstvo (v priemere za všetky televízie to bolo iba 4,2% spravodajského priestoru) – pokiaľ ide o celkový priestor, najviac volebných materiálov vyprodukoval zdroj s problematickým obsahom, E-report (61). Nasledovali SME (59) a Pravda (47). Pokiaľ ide o podiel, najväčší podiel volebných materiálov sme zaznamenali v Pravde (58%), okolo 25-33% vo viacerých médiách (Denník N, SME, Aktuality, Pluska), zatiaľ čo v bulvárnom Čase to bolo najmenej (11%).

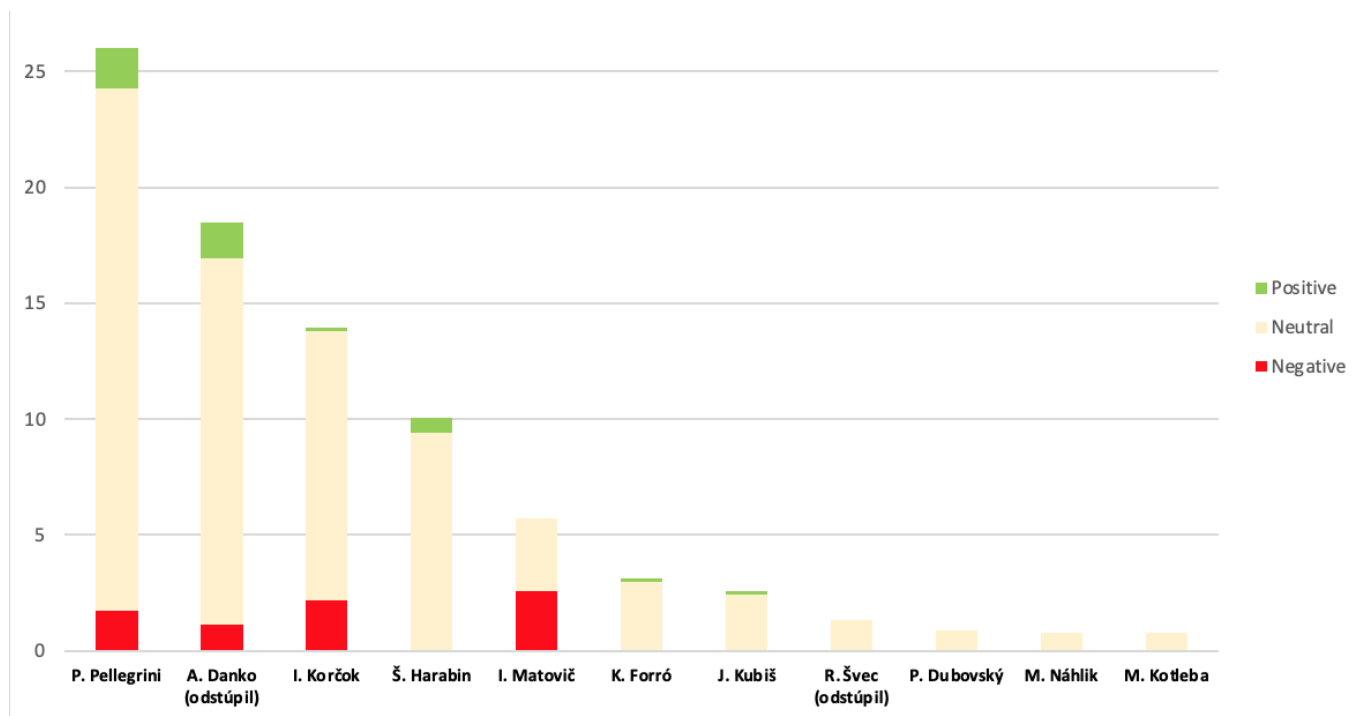


Peter Pellegrini bol v sumáre každej zo sledovaných 3 skupín médií a iných zdrojov najprezentovanejším kandidátom, získal medzi 31-35% priestoru. Druhým najzobrazovanejším bol Ivan Korčok (s priestorom na úrovni 17-26%) a Andrej Danko (22%) - ten bol v sumáre druhým najzobrazovanejším kandidátom v skupine bulvárnych online médií (Čas a Pluska).

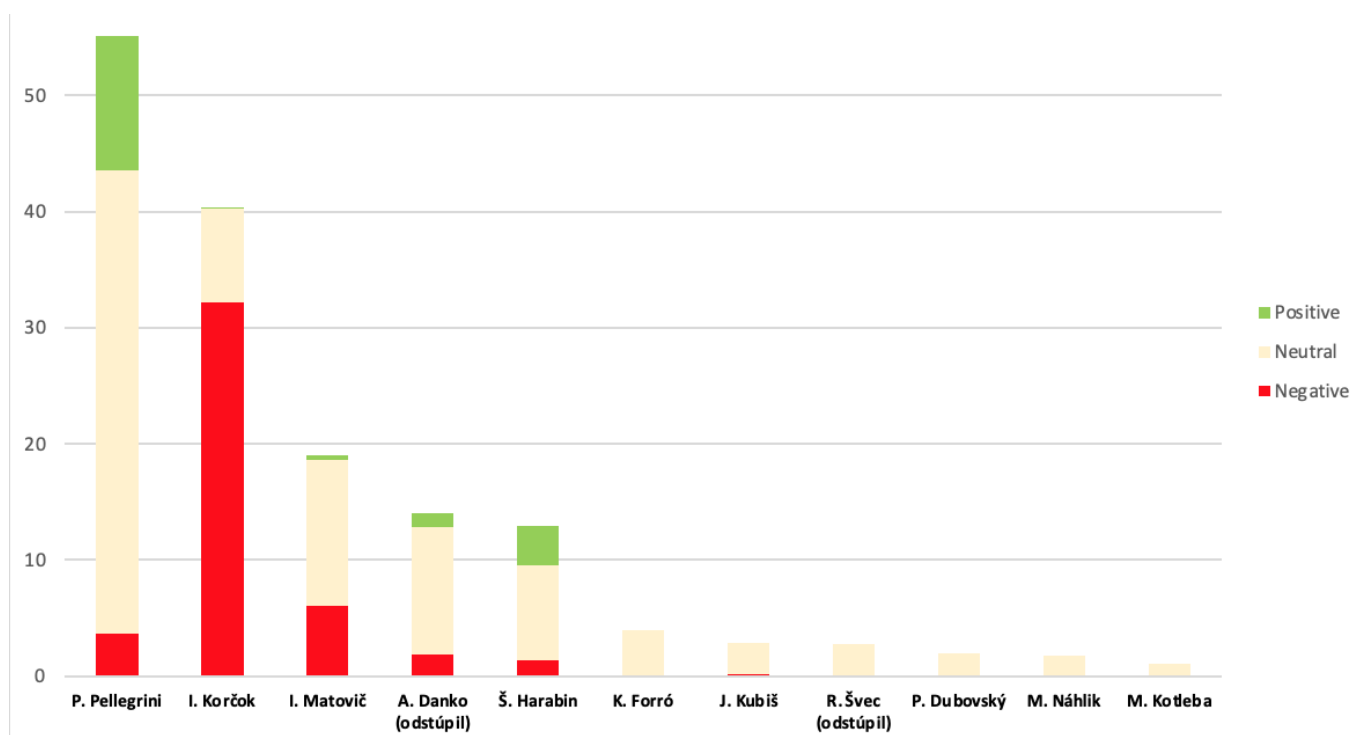
Prezidentskí kandidáti v spravodajských weboch, a v online verziách tlačných médií (Aktuality, Denník N, Postoj, Pravda, SME - spoločne)



Prezidentskí kandidáti v bulvárnych online médiách (Čas, Pluska - spoločne)



Prezidentskí kandidáti v online zdrojoch s problematickým obsahom (E-report, Hlavné správy, Infovojna - spoločne)



Peter Pellegrini, bol najprezentovanejší kandidát v 8 individuálnych médiách a iných zdrojoch, v Pravde získal mierne viac Ivan Korčok a na Infovojne dominoval Štefan Harabin.

Rozdiel bol v spôsobe - zatiaľ čo Peter Pellegrini bol kritizovaný v tradičných médiách a pozitívne prezentovaný v zdrojoch s problematickým obsahom, **Ivan Korčok bol veľmi negatívne, často ad-hominem zobrazovaný v zdrojoch s problematickým obsahom**, inde to bolo prevažne neutrálne.

Tradičné médiá prezentovali predovšetkým vecné informácie, bulvár sa voľbám venoval len veľmi okrajovo (Čas), alebo z pohľadu politických pikantérií, ľahkých tém, prípadne kontroverzií (Pluska).

V zdrojoch s problematickým obsahom (predovšetkým Infovojna a E-report) sme pravidelne zaznamenali spôsob, ktorý svojou jednostrannosťou, systematickým používaním hanlivej terminológie, či účelovej interpretácie spoločenských udalostí bez náležitého kontextu, často priamo popiera základné novinárske štandardy, vrátane etických.

[Celá správa](#) vo formáte pdf.

[Grafy](#) - 3,5 týždne kampane (26.2. - 20.3.2024)

Nasledujúcu správu, ktorá bude mapovať týždeň pred druhým kolom v spravodajstve televízií, v online priestore, aj na sociálnych sieťach (ako aj porovnania od začiatku celej kampane), prinesieme pred moratóriom, 3. apríla 2024.