



# **Prezidentské voľby 2024**

## **Monitorovacia správa č. 3**

**Kampaň v TV spravodajstve**  
(26. február – 17. marec 2024)

**Kampaň na sociálnych sieťach**  
(9. január – 18. marec 2024)

*20. marec 2024*  
*Bratislava*

MEMO 98

---

[www.memo98.sk](http://www.memo98.sk), [www.infovolby.sk](http://www.infovolby.sk) | [memo98@memo98.sk](mailto:memo98@memo98.sk)

0903 581 591 (office), 0905/493 591 (Rast'o Kužel), 0905/895 304 (Ivan Godársky), 0905/581 251 (Marek Mračka)

**AUTORI**

*Ivan Godársky*

*Marek Mračka*

*Rasťo Kužel*

Projekt monitoringu médií pred prezidentskými voľbami sa realizuje vďaka podpore *National Endowment for Democracy (NED)*.

## A. ÚVOD

### Informačné zdroje

Z výsledkov prieskumu agentúry [AKO pre TV Joj z marca 2023](#) vyplýva, že informácie o politike čerpá väčšina obyvateľov najčastejšie z **televízie**, ktorú uviedlo ako zdroj až **64%** respondentov. **Online médiá** na internete (web stránky) ako zdroj informácií o domacom politickom dianí uviedlo **59,4%** respondentov. Až ďalšími zdrojmi sociálne siete (37,5%) a rádio (35,1%).<sup>1</sup>

Podobné výsledky priniesol aj výskum agentúry FOCUS pre kampaň *Chcem tu zostať*, zameranú na prvovoličov pred parlamentnými voľbami – podľa jej údajov z apríla 2023, 43% populácie 18+ považuje spravodajstvo televízie za hlavný informačný zdroj, pre 24% to sú online médiá a pre 16% sú to sociálne siete.<sup>2</sup>

Dominancia online prostredia a televízie vyplýva aj z údajov [Digital News Report 2023](#) (DNR 2023), ktorú vypracoval Reuters Institute Oxfordskej univerzity.

Dáta zo správy od Data Reportal [Digital 2024: Slovakia](#) ukazujú, že v roku 2024 bolo na Slovensku 5,25 milióna používateľov internetu a **4,16 milióna (teda 72,4% obyvateľov Slovenska)** aktívnych užívateľov sociálnych sietí. Podľa dát Google mal YouTube 4,16 milióna používateľov, podľa dát spoločnosti Meta mal Facebook 2,4 milióna a Instagram 1,6 milióna používateľov, Tik-Tok 1,06 milióna, LinkedIn 830 tisíc a sieť X (bývalý Twitter) mala 344 tisíc užívateľov.

### Sloboda médií

Hoci sa sloboda médií v poslednom období postupne zlepšovala - aj podľa [Press Freedom Index 2023](#) organizácie Reporters Without Borders patrilo Slovensku 17. miesto zo 180 hodnotených krajín, aj podľa nášho výskumu v rámci [Euromedia Media Ownership Monitor](#) (na základe údajov do leta 2023). Iné výskumy indikovali problém s koncentráciou vlastníctva ([Monitoring Media Pluralism in the Digital Era](#), realizovaný European University Institute), resp. s možným politickým tlakom na oligarchov vlastníacich médií, keďže ich iné biznis aktivity sú závislé od spolupráce so štátom ([Media Capture in Slovakia: A Story of fragile journalism, media resilience and the struggle against corruption](#), realizovaný International Press Institute). Bohužiaľ vývoj od nástupu novej vlády pod vedením premiéra Fica znamená dramatickú zmenu kurzu. Už v Programovom vyhlásení vlády je indikuje vláda snahu vysporiadať sa s verejnoprávnymi médiami – a zároveň úplne [ignoruje kritické myslenie či mediálnu gramotnosť](#).

---

<sup>1</sup> Údaje sa logicky menia v závislosti od vekovej štruktúry obyvateľstva - pre mladšiu generáciu (do 33 rokov) je dominantným zdrojom internet a sociálne siete (71 a 61% vs 44% televízia), pre strednú generáciu (do 49 rokov) sú internet a televízia porovnateľnými zdrojmi (68 a 62%), pre staršiu generáciu (do 65 rokov a nad 65 rokov) je už naopak televízia určujúcim zdrojom (70 a 85%).

<sup>2</sup> Pre generáciu prvo a druhovoličov (18-25 rokov) sú naopak podľa údajov z augusta 2023 primárnym zdrojom sociálne siete (34%), až následne online zdroje (25%) a televízne spravodajstvo (23%).

## Dôvera v médiá

Je však smutným a dlhodobou alarmujúcim faktom, že dôvera v médiá je na Slovensku dlhodobou 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). Tieto čísla odzrkadľujú aj rozvetvenú sieť zdrojov s problematickým obsahom (tzv. dezinfo scéna), ktoré sú vnímané ako časť mediálneho priestoru a znižujú jeho celkovú dôveryhodnosť.

DNR 2023 zároveň 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 má Slovensko najvyšší podiel kritiky médií zo strany politikov).

Politici z národno-konzervatívnych politických zoskupení a predovšetkým vrcholní predstavitelia vládnučich strán 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 na kritické médiá. Aj bývalý premiér Matovič (hnutie Slovensko) pomerne pravidelne používa negatívne nálepky voči kritickým médiám.

## Zoštátnenie verejnoprávnej RTVS

Posledný vývoj okolo RTVS, kde Ministerstvo kultúry (MK) pod vedením Martiny Šimkovičovej (nominantka SNS) 11. marca predstavilo v rámci skráteneho medzirezortného pripomienkovania (skončilo 19. marca) návrh dramatickej zmeny fungovania verejnoprávneho médiá s cieľom de-facto politickej kontroly, by znamenal stratu nezávislosti médiá.

Voči zámeru vládnej koalície a ohrozeniu nezávislosti vysielateľa sa postavili pracovníci RTVS (do 19. marca vyhlásenie Za verejnoprávnu RTVS podporilo viac ako 1,200 jej pracovníkov) a občianske organizácie iniciovali verejnú protestnú výzvu (do 19. marca ju podpísalo takmer 60 tisíc občanov)<sup>3</sup>. Nesúhlasné stanovisko zverejnili viaceré slovenské a české organizácie<sup>4</sup>, a na návrh výrazne kriticky reagovali aj medzinárodné novinárske organizácie, ktoré vyzývajú na stiahnutie návrhu a reakciu inštitúcií EÚ.<sup>5</sup> Okrem toho, k návrhu zákona podali samostatne hromadné pripomienky kultúrna a mediálna obec<sup>6</sup>, ako

<sup>3</sup> 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.

<sup>4</sup> Odmietame demontáž slobody médií zásahmi do nezávislosti RTVS.

<sup>5</sup> International Press Institute (IPI), Committee to Protect Journalists (CPJ), European Broadcasting Union (EBU), European Centre for Press and Media Freedom (ECPMF), European Federation of Journalists, Free Press Unlimited (FPU), OBC Transeuropa (OBCT) and Reporters Without Borders (RSF) vo svojom vyhlásení Call for withdrawal of Slovakia's repressive broadcast law. Tieto organizácie zároveň v otvorenom liste (Press freedom organisations call for urgent EU action to prevent political take-over of Slovak public media) predstaviteľom Európskej komisie, Európskeho parlamentu Európskej rade žiadajú urýchlenú akciu na zastavenie politického prevzatia verejnoprávneho vysielateľa.

<sup>6</sup> Kultúrna obec združená v iniciatíve Otvorená kultúra zverejnila 15. marca hromadnú pripomienku „Toto nie je OK!“.

aj akademická obec prostredníctvom novinárskych fakúlt viacerých vysokých škôl<sup>7</sup>. Ďalšia petícia, ktorú iniciovala odborná a širšia kultúrna obec požaduje úplne stiahnutie návrhu.<sup>8</sup>

## Autocenzúra

V tejto súvislosti je nevyhnutné spomenúť aj protestný list redaktorov spravodajstva najpopulárnejšej TV Markíza, (o situácii informovali nezávisle od seba [Denník N](#), aj [SME](#)) ktorý koncom februára 2024 poslali jej novému riaditeľovi Petrovi Gažíkovi o snahe nového šéfa Centra spravodajstva a publicistiky Michala Kratochvíla (v decembri 2023 prišiel z TV Nova a vystriedal bývalého šéfa Henrich Krejču) o jeho zasahovaní do obsahu spravodajstva smerom k menšej kritickosti voči vláde.

Zatiaľ čo redakcia v reakcii na pokračujúce napätie [zakladá televízne odbory](#), občianska a kultúrna obec, vrátane bývalej premiérky Ivety Radičovej a viacerých slovenských diplomatov reagovala na správy o editorskom tlaku a zasahovaní do obsahu petíciou rodine Kellnerovcov, majiteľom českej finančnej skupiny PPF, ktorá kontroluje spoločnosť Central European Media Enterprises (CME), vlastníka televízie.<sup>9</sup>

Rovnako je alarmujúce aj [nedávne vyhlásenie](#) bývalých ideových spolupracovníkov strany SMER-ssd Petra Weissa (zakladateľ Strany demokratickej ľavice, bývalý veľvyslanec SR v Maďarsku a Česku) a Borisa Zalu (bývalý poslanec EP za stranu SMER-sd), ktorí prerušili spoluprácu s denníkom Pravda, obviňujúc ho z cenzúry voči kritickým vyjadreniam na adresu premiéra Roberta Fica.

## Penta Papers

Posledné snahy o autocenzúru sa dejú na pozadí významnej [majetkovej zmeny, ktorá sa udiala v októbri 2023](#), kedy Protimonopolný úrad ani neposudzoval predaj najčítanejšieho denníka Nový čas a portálu Cas.sk. Firma FPD Media podnikateľ a Antona Siekela ich predala spoločnosti News and Media Holding (NMH), vlastnenou spoločnosťou Penta, ktorá vydáva aj týždenník Plus 7 dní, druhý najčítanejší denník Plus 1 deň a portál Pluska.sk.

Podľa údajov [ABC monitora z decembra 2023](#) Penta kontroluje viac ako polovicu dennej tlače (približne 60 tisíc predaných výtlačkov vs približne 40-45 tisíc predaných výtlačkov denníkov SME, Pravda, Hospodárske noviny a Denník N). Spomínané online zdroje patria tiež k najčítanejším (podľa údajov [IAB Slovakia za február 2023](#) patria do top 6).

---

<sup>7</sup> Paneurópska vysoká škola n.o., Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, Katedra žurnalistiky Filozofickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave, Katedra žurnalistiky Filozofickej fakulty Katolíckej univerzity v Ružomberku a Katedra žurnalistiky a nových médií Filozofickej fakulty Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre.

<sup>8</sup> [Petícia](#) občanov za úplne stiahnutie návrhu Zákona o Slovenskej televízii a rozhlase bola spustená 20. marca.

<sup>9</sup> Verejná výzva „[Zastavte normalizáciu Markízy!](#)“ bola zverejnená 17. marca (do 19. marca ju podporilo okolo 6,500 občanov).

## B. METODOLÓGIA

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.<sup>10</sup>

Naša prvá správa vydaná v súvislosti s prezidentskými voľbami 2024 analyzovala obdobie od uverejnenia vyhlásenia volieb (9.1.2024) počas prvých šiestich týždňov kampane (do 19.2.2024) a zameriavala sa na sociálne siete (predovšetkým najpopulárnejšie siete spoločnosti Meta - Facebook a Instagram), kde sme sledovali aktivnosť (počet postov) ako aj interaktivitu (celkový počet reakcií, komentárov a zdieľaní) prezidentských kandidátov.

Naša druhá správa analyzovala 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 priniesla 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.

Táto správa nadväzuje na predchádzajúcu správu a analyzuje zobrazenie kandidátov v hlavných spravodajských reláciách RTVS, TV Markíza TV Joj a TA3 za celé obdobie monitoringu - počas 3 týždňov záverečnej fázy kampane (26.2. - 17.3.2024). 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 boli priestor, ktorý médiá venovali sledovaným subjektom, ako aj spôsob (pozitívny, neutrálny, negatívny), akým boli prezentované.

Súčasťou správy je aj analýza aktivít kandidátov na sociálnych sieťach (predovšetkým Facebook, Instagram a YouTube) počas desiatich týždňov kampane (9.1. - 18.3.2024).

## C. HLAVNÉ ZISTENIA - Televízie

- **Najzobrazovanejším politickým subjektom bola v sumáre televízií (a aj v každej z televízií) vláda SR – celkovo so 45,7%.** Najviac podielu správ jej venovali RTVS (50,7%) a TA3 (49,7%), najmenej TV JOJ (39%). Podobne vysoký podiel pre vládu je na Slovensku dlhodobým trendom. Obraz vlády bol v každej z televízií prevažne neutrálny, no podiel kritických informácií voči pozitívnym bol asi trojnásobne väčší (najkritickejší v RTVS, o čosi menej kritický v TA3).

<sup>10</sup> Správy dostupné na našom webe [memo98.sk](https://memo98.sk) sa týkali prezentácie subjektov v spravodajstve televízií a online médií ([18. august 2023](#), [15. september 2023](#), [27. septembra 2023](#), [13. októbra 2023](#)), ako aj ich zastúpenia v diskusiách ([11. júl 2023](#), [27. október 2023](#)).

- **Prezidentka Zuzana Čaputová dostala v sumáre televízií 3,8%**, najviac v TA3 (5%), najmenej v TV JOJ (3%).
- **Predseda parlamentu Peter Pellegrini dostal v sumáre televízií 2,3%**, najviac v TA3 (3,7%), najmenej v TV Markíza (1,3%).
- **Televízie venovali voľbám a súvisiacim udalostiam pomerne málo priestoru** – v priemere za všetky televízie iba 4,2%, najviac v TV Markíza a TV JOJ (5,6% a 5,2% z celkového priestoru danej spravodajskej relácie), najmenej v TA3 (1,4%). Pre porovnanie, počas parlamentnej kampane 2023 venovali televízie voľbám a ich rôznym aspektom väčší priestor - medzi 13,9% (TV Markíza) a 7,1% (RTVS).
- **Peter Pellegrini bol v sumáre najprezentovanejším politikom spomedzi kandidátov, získal takmer štvrtinu priestoru – 23,9%** (takmer 25 minút) venovaného týmto politikom (aj ako predstaviteľom strán, aj v iných funkciách). Druhým najzobrazovanejším bol Andrej Danko (17,7%), tretím Igor Matovič (16,5%), teda predstavitelia parlamentných strán. Nasledovali Krisztián Forró, Ivan Korčok a Milan Náhlik, všetci s priestorom na úrovni 7,5-7,6%.
- **Peter Pellegrini ťažil z pozície predsedu NR SR, v ktorej získal (v sumáre všetkých TV spoločne) takmer 54% svojho priestoru (13 a pol minúty)** – 26% získal ako kandidát a 20% ako predstaviteľ strany HLAS-sd. Najviac ho ako predsedu NR SR zobrazovali TV Joj (66,2%) a TA3 (64,7%), najmenej TV Markíza (30,6%).
- **Ivan Korčok a Peter Pellegrini boli z kandidátov prezentovaní najpozitívnejšie** (v kontexte celého pokrytia, nielen času venovaného kandidatúre) v podstate vo všetkých televíziách. Naopak, najkritizovanejším bol predseda SNS Andrej Danko, nasledovaný Igorom Matovičom.
- **Vyhýbanie sa diskusiám, ako sme to počas celej kampane systematicky videli u favorita volieb Petra Pellegriniho** (odmietol viaceré volebné aj klasické televízne diskusie, či iné predvolebné diskusie a rozhovory pre viaceré ďalšie médiá) je typické pre politikov z nedemokratických, či až autokratických režimov. **Nedostatok vzájomnej diskusie vytvára demokratický deficit**, čoho dôsledkom je menej a teda horšie informovaný volič.

### Komentáre

Televízie venovali počas troch týždňov pomerne málo spravodajského priestoru volebnej kampani – najviac to bolo v TV Markíza (13,3%), najmenej v TA3 (1,1%). Na druhej strane, viac času bolo venovaného politickým témam, predovšetkým novele trestných kódexov, slovenským súvislostiam vojny na Ukrajine, zmene fungovania verejnoprávnych médií (novele zákona o STaR), blížiacim sa júnovým voľbám do EP (predstavenie kandidátok 24 kandidujúcich subjektov), procesu opätovného výberu Vladimíra Putina v Rusku (15.-17.3.), či novembrovým prezidentským voľbám v USA.



V kontexte aktuálnej diskusie o vládnom návrhu smerujúcom politickej ingerencii do fungovania verejnoprávnej **RTVS** možno konštatovať, že spravodajstvo RTVS nevykazuje výraznejšie zmeny v informovaní o politických udalostiach v porovnaní s predchádzajúcimi volebnými kampaňami. V porovnaní s ostatnými televíziami bolo spravodajstvo najkritickejšie k vláde (podiel kritických a pozitívnych informácií bol 19,7 ku 5,7%), často v kontexte kritizovanej vládnej novely zákona o fungovaní verejnoprávneho média (viď kontext vyššie). Táto udalosť bola štvrtou najviac zobrazovanou udalosťou (v žiadnej z iných televízií sa nedostala do top 10).

Počas monitoringu sme nezaznamenali porušenia objektívnosti či vyváženosti jej spravodajstva, RTVS snaží poskytovať rôznorodé informácie o politických udalostiach, čo sa odráža v pokrytí rôznych tém a udalostí. Ak to téma vyžaduje, je rozšírená dĺžka, resp. častejšie druhý príspevok na objasnenie. Spravodajstvo poskytuje pravidelne priestor nezávislým odborníkom. Častou praxou je, že v príspevkoch dostáva priestor iba jediný, čo môže byť problematické pri kontroverzných témach. Prezidentským voľbám RTVS vo svojom spravodajstve nevenovalo veľa priestoru, avšak RTVS pokrývala praktické otázky volieb v rámci sekcie *Volebný manuál*. V špecifických formátoch mimo hlavných správ uviedla verejnoprávna televízia rozhovory s kandidátmi na RTVS 24 (*Interview:24 Špeciál*) a na Slovenskom rozhlase (*Z prvej ruky*).

Prezidentské voľby mali na **TV Markíza** v porovnaní s ostatnými televíziami najväčší podiel (5,6%). Televízia priniesla okrem vlastného tradičného volebného formátu typu medailón - *Prezident 2024* (odmietli ho však Andrej Danko aj Marian Kotleba), aj niekoľko rozhovorov s kandidátmi z relácie *Na telo plus*. V rámci témy „*Prezidentská kampaň*“ sa Markíza zaoberala favoritmi, ich férovosťou, financovaním a spôsobom kampane. Spravodajstvo je relevantné a dáva priestor aktuálnym témam, i keď niektoré odborné témy sú 'bulvarizované' a politizované. Bulvárne udalosti sú pomerne často uprednostňované pred politickými témami (obídienie zákona pri menovaní P. Gašpara za de-facto šéfa SIS a eurovoľby boli z hľadiska radenia menej relevantné ako výhra v lotérii, smrť pri autohavárii alebo stúpaniu Bitcoinu). Celkovo, venovalo spravodajstvo politickým témam v porovnaní s ostatnými televíziami najmenší podiel (21,2%, ostatné tri televízie boli na úrovni 26-29,5%). Pomerne veľký priestor je však venovaný občanom.

Na **TA3** sú politické udalosti hlavnou témou spravodajstva televízie a reportáže sú stručné. Priestor venovaný prezidentským voľbám je minimálny, spomedzi 4 televízií najmenší (1,4%), televízia vysiela rozhovory s kandidátmi v rámci relácie *Téma dňa*. Samotné správy sú vzhľadom na celkový čas v zásade relevantné, majú málo vyložene bulvárnych alebo prvoplánovo atraktívnych správ na rozdiel od iných komerčných televízií. Spravodajstvo často využíva metódu, že v odbornom príspevku dostane priestor aj zástupca exekutívy za daný rezort, pričom nie pravidelne zaznie aj opačný, či expertný názor. V sumáre má televízia najväčší podiel pozitívnych informácií o vláde (9,5%, ostatné televízie 5,5-6,5%).

Správy v **TV JOJ** sú dynamické, profesionálne na dobrej úrovni a celkovo vyvážené, i keď s jasnou orientáciou na bulvárnejšie témy. Diskutabilné je zaradovanie a relevancia správ - v niektorých reláciách sú zaradované dôležitejšie a/alebo politické správy až za



bulvárnejšie, či pri spoločensky menej dôležitých témach, ktoré sú zrejme považované za atraktívnejšie pre diváka. Ilustratívne bolo napríklad zaradenie profilu prezidentského kandidáta v závere správ medzi príspevkami o sedmových kartách inšpirovaných Tatrami a pestovaním mikrozeleniny. Pokiaľ ide o prezidentských kandidátov, venuje sa im v hlavnom spravodajstve menšiu pozornosť. Tí mali však možnosť vystúpiť ako hostia v relácii *Kreslo pre kandidáta* na JOJ 24.

### **Diskusia**

Ako MEMO 98 už viackrát v minulosti uviedlo, interaktívna a dynamická diskusia za účasti viacerých kandidátov, moderovaná skúsenou/ým novinárkou/om a nezviazaná príliš úzkostlivým dodržiavaním pravidiel o sekundovo identickom čase, je počas volebných kampaní divácky najpríťažlivejšou a často najinformatívnejšou formou. Bohužiaľ, situácia počas kampane pred prezidentskými voľbami bola nakoniec skôr opačná.

Hoci sa médiá snažili o rôzne formáty, nakoniec bol dominantnou formou rozhovor – takýto spôsob prezentácie voliči videli špecializovaných prezidentských formátoch v:

- RTVS (*Z prvej ruky, Interview 24*)
- TV Joj (*Kreslo pre kandidáta*)
- TA3 (*Téma dňa*)
- Rádiu Expres (*Prezidentský týždeň*)
- Fun rádiu (*Sajfa vs Kandidát*)
- SME (*Rozhovory*)

Podobné formáty, tradičné pre väčšinu z médií, sme videli aj v online prostredí:

- Aktuality.sk (Na rovinu)
- Denník N (Rozhovory)
- Startitup-e (Diskusný klub)

Uskutočnila sa doteraz len jediná diskusia medzi lídrami preferencií ([19. marec v TV Markíza](#)), pričom ďalšia za účasti všetkých kandidátov je plánovaná na posledný deň kampane (20. marec, vo verejnoprávnej RTVS).

Aspoň dvaja kandidáti sa okrem toho spoločne stretli na obrazovkách televízie či v éteri rádia iba jediný-krát – v relácii Na telo TV Markíza 21. januára (Ivan Korčok – Andrej Danko).<sup>11</sup> Peter Pellegrini diskutoval počas kampane s iným politickým predstaviteľom v televízii 3x (2x s PS a 1x s KDĽ), zatiaľ čo Andrej Danko takto diskutoval až 6x (3x s KDĽ, 1x s PS a s Demokratmi a 1x online s SaS).

Vyhýbanie sa diskusiám sme bohužiaľ **videli u favorita volieb Petra Pellegriniho**, ako systematickú kampaňovú stratégiu - odmietol viaceré predvolebné televízne diskusie (TV JOJ nakoniec zrušila svoj diskusný formát), predvolebné diskusie organizované s divákmi (Denník N, SME), samostatné volebné rozhovory pre viaceré médiá (Aktuality, Denník N, SME, Fun rádio), ako aj účasť vo viacerých pravidelných TV diskusiách

---

<sup>11</sup> Andrej Danko však oficiálne ohlásil svoju kandidatúru až následne, 29. januára 2024.

Takýto spôsob kampane je síce zákonne konformný, je však typický skôr pre politikov z nedemokratických, až autokratických režimov, kde je volebný proces striktné kontrolovaný a slobodná kritická reflexia spoločenských a politických udalostí takmer neexistuje. Práve dialóg medzi samotnými kandidátmi umožňuje voličom najlepšie porovnať a posúdiť ich silnejšie a slabšie stránky. **Absencia takejto možnosti vytvára demokratický deficit, dôsledkom je menej a teda horšie informovaný volič.**

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](#)).

## D. Hlavné zistenia – Sociálne médiá

- **Peter Pellegrini** dominuje v počte sledovateľov na **FACEBOOKU**
  - Na najpopulárnejšej sieti má takmer 329 tisíc followerov
  - Počas 10 týždňov kampane narástol ich počet o približne 2 tisíc
  - U Ivana Korčoka bol nárast 16 tisíc (na 58,3 tisíc)
- **Ivan Korčok** sa koncom kampane stal lídrom na **INSTAGRAME**
  - 91 tisíc followerov Ivana Korčoka vs 72 tisíc Petra Pellegriniho
  - Počas 10 týždňov kampane narástol ich počet u Ivana Korčoka o 43 tisíc
  - Za posledných 11 dní získal 20 tisíc nových followerov
- Pokiaľ ide o video platformu **YOUTUBE**, na tej má najväčší počet odberateľov **Štefan Harabin** (47,5 tisíc).
  - Okrem neho je na tejto platforme výraznejšie prítomný ešte aj Igor Matovič (20,5 tisíc odberateľov) a Peter Pellegrini (14,6 tisíc odberateľov).
  - Ivan Korčok má na tejto platforme len 1,94 tisíc odberateľov.
- Peter Pellegrini má najväčšiu bázu aj na sieti **TIK-TOK** (18,4 tisíc sledovateľov).
  - Aj ďalší 3 kandidáti aktívne využívajú túto sieť - predovšetkým Andrej Danko (16,2 tisíc sledovateľov), Štefan Harabin (8,1 tisíc) a Ivan Korčok (6,2 tisíc sledovateľov).
- Na politickej sieti **X (bývalý Twitter)** majú konto viacerí kandidáti, ale reálne ho využívajú iba Ivan Korčok (má aj naväčšiu bázu sledovateľov - 36,6 tisíc sledovateľov) a Štefan Harabin (2,2 tisíc sledovateľov)
- Na profesne orientovanej sociálnej sieti **LINKEDIN** má svoje aktívne konto iba Ivan Korčok (1,75 tisíc sledovateľov)
- **Ivan Korčok - zaznamenal najväčší počet interakcií aj postov**
  - Aj na Facebooku (296 postov a 897 tisíc interakcií)
  - Aj na Instagrame (192 postov a 853 tisíc interakcií)



- Na FB sa mu počtom postov priblížili R. Švec (178), P. Pellegrini (170), I. Matovič (80), K. Forró (169) a Š. Harabin (165). Na IG bol aktívnejší aj K. Forró (122 postov). Nasledovali P. Pellegrini (54 = 24+30) a Š. Harabin (50)
- **Najvirálnejšie na oboch platformách Mety boli posty Ivana Korčoka**
  - Najsledovanejšie video bolo od Ivana Korčoka - o psíkovi a taške (z 19.1.), malo takmer 640 tisíc zhliadnutí
  - Facebook - v top 10 príspevkoch podľa interakcií mali aj Ivan Korčok aj Peter Pellegrini 5 postov
  - Instagram - všetky posty v top 10 podľa počtu interakcií patrili Ivanovi Korčokovi