



Slovenské voľby 2020 v informačnom priestore



Obsah

03	Obsah
04	Úvod
06	Kľúčové zistenia
08	Vplyv médií na voľby
10	Verejnoprávna televízia
12	Súkromné televízie
14	Online médiá
16	Popularita politikov a strán na Facebooku
18	Výtlak mainstreamového vs. problematickeho obsahu
22	Naratívy ako nástroj manipulácie
26	Zmienky o stranách
28	Ako sa šíril obsah na Facebooku
30	Vplyv Facebooku na voľby
32	Odporúčania
34	MEMO 98
36	GLOBSEC

Andrej Danko bol najpozývanejším hosťom v RTVS

Viac na str. **10**

Aké témy najčastejšie riešili mainstreamové a dezinfo weby?

Čítajte na str. **14**

Najvirálnejšie video volieb malo viac ako 1,6 milióna pozretí

Viac na str. **16**

Články o LSNS zdieľali desiatky facebookových stránok a skupín

Viac na str. **28**



Čo ukázali slovenské voľby

V súvislosti s rastúcim vplyvom sociálnych médií sa za posledné roky zmenil aj spôsob, akým ľudia prijímajú politické informácie. Tieto zmeny so sebou okrem rozšírenia informačného priestoru priniesli aj negatívne javy, ako je podstatne väčší výskyt neoverených a manipulatívnych informácií, ktoré mnohých utvrdzujú v ich predsudkoch. Skúsenosti z viacerých krajín naznačujú, že riziko zneužitia je niekoľkonásobne väčšie počas volieb, v dôsledku čoho sú sociálne médiá a dezinformácie čoraz viac vnímané ako potenciálna hrozba pre integritu volieb. Zatiaľ čo pre väčšinu ľudí na svete, vrátane Slovenska, je primárnym zdrojom politických informácií stále televízia, s rastúcim významom sociálnych médií je nevyhnutné rozširovať predvolebný monitoring televízií, online médií a Facebooku, aj na ďalšie platformy ako Instagram. Okrem toho sme Facebook a webstránky počas kampane analyzovali aj z pohľadu výskytu dezinformácií, polarizačných alebo nenávisťných naratívov, ako aj sentimentu voči politickým stranám.

MEMO 98 sa už viac ako dvadsať rokov celosvetovo venuje pôsobeniu médií počas volebných kampaní a GLOBSEC sa dlhodobo

venuje vplyvu dezinformácií na voľby. Rozhodli sme sa využiť naše skúsenosti a spoločnými silami zmapovať informačné prostredie na Slovensku pred parlamentnými voľbami 2020.

Hlavným zámerom monitoringu MEMO 98 bolo zistiť, aké informácie majú voliči pri svojom rozhodovaní k dispozícii, či sú rôznorodé, dostatočne vyvážené a kvalitné. Keďže sme však chceli mať čo najpresnejšie a najaktuálnejšie údaje o tom, z akých zdrojov čerpajú ľudia na Slovensku politické informácie, objednali sme si u agentúry Focus prieskum, ktorý bol realizovaný v druhej polovici januára 2020. Z výsledkov prieskumu vyplýva, že televízia je pre väčšinu ľudí dominantným zdrojom informácií o domácej politike. Trikrát menej ľudí čerpá z webov a šesťkrát menej ľudí zo sociálnych médií. Na základe výsledkov prieskumu sme sa preto v kontexte volieb rozhodli zamerať na monitoring štyroch celoplošných televízií, online verzií dvanástich vybraných webov (online médií), ako aj Facebooku a Instagramu.

Hoci sa môže zdať, že vplyv sociálnych sietí a online priestoru na formovanie celospoločenského diskurzu je na základe štatistík okrajový, už niekoľko rokov tieto

komunikačné kanály slúžia ako vysokorychlostná diaľnica pre prenikanie antisystémových naratívov do mainstreamového politického diskurzu. Tento trend je globálny a jasne pozorovateľný aj na Slovensku. Už od roku 2015 pozorujeme intenzívny nárast šírenia klamlivého, podvodného a propagandistického obsahu na webových, facebookových stránkach a skupinách. Tento obsah nepodlieha novinárskym štandardom a kódexu, a teda spravidla ani základnému editorskému filtru. Šírenie takto problematického obsahu má potenciál vplývať na postoje Slovákov a v čase volieb aj na ich voličské rozhodovanie. Zdrojov, ktoré šíria problematický obsah, je podľa databázy blbec.online momentálne na Slovensku vyše 1500. Väčšina z nich je súčasťou väčšieho antisystémového ekosystému, ktorý sa za posledné roky exponenciálne rozrástol a prenikol do verejného diskurzu. Sme tak svedkami zvyšujúcej sa polarizácie, nenávisti a útokov na rôzne skupiny obyvateľstva, primárne zástancov liberálnych postojov, predstaviteľov médií a občianskeho sektora.

Čím väčší výtlak v podobe vysokých interakcií na Facebooku určitý antisystémový naratív dlhodobo dosahuje, tým vyššia

je pravdepodobnosť, že sa skôr či neskôr nájde politická strana či politickí aktéri, ktorí tieto problematické naratívy prevezmú do svojej politickej agendy v snahe zabojovať o antisystémového voliča. Nejde pritom vždy nutne o strany na okraji politického spektra, mnohokrát tieto naratívy preberajú už aj štandardné strany.

Predvolebná diskusia na Slovensku bola do veľkej miery definovaná „problémami“ ako „zlo z Istanbulu“, „dženderizmom“, či „ultraliberálnym fašizmom“, pričom tieto pojmy, ktoré vznikli na dezinformačných fórach online, dnes zaznievajú aj z televízie, dominantného zdroja informácií pre väčšinu obyvateľstva na Slovensku. V predvolebnej kampani sa len veľmi málo politických subjektov zaviazalo nepoužívať zavádzajúci či inak problematický obsah. Naopak, mnohí politickí predstavitelia v snahe o získanie voliča poskytovali rozhovory problematickým webom a intenzívne využívali online inzerciu na takýchto internetových stránkach. Vzhľadom na rozloženie politických síl v novom parlamente je pravdepodobné, že iracionálnosť, polarizácia a nenávisťné prejavy, ktoré so sebou tento diskurz prináša, nás budú sprevádzať aj v najbližších rokoch. Snahou tejto publikácie

je okrem iného poukázať na tento nepochybne škodlivý trend a upriamiť pozornosť na nutnosť posilnenia vecnosti a odbornosti do celospoločenskej diskusie. Práve s výmenou vládnej garnitúry po voľbách vzniká na takúto zmenu opäť príležitosť.

Rastó Kužel, MEMO 98
Miroslava Sawiris, GLOBSEC

Kľúčové zistenia

#1

Ľudia 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.

#2

RTVS si nesplnila 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.

#3

Online médiá, a to jednak spravodajské portály (aktuality.sk), ako aj webové stránky niektorých tlačných médií (Denník N, SME a Pravda), sú stále dôležitejšou informačnou bázou pre občanov. Dlhodobu prínášajú 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 verejnoprávnu RTVS. Mnohé z online médií veľmi úspešne využili aj výhody multimediálnych redakcií a zorganizovali diskusie a rozhovory s kandidátmi.

#4

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 milióna videní. Takisto aj 3 reklamné video spoty SMER-SD a jeden SaS zaznamenali viac ako jeden milión videní.

#5

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.

#6

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.

#7

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".

#8

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

#9

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.

Vplyv médií na voľby

Počas volebnej kampane je úloha médií nenahraditeľná a to hlavne pri predstavovaní jednotlivých aktérov volebného zápasu, pri sprostredkovaní ich doterajšieho pôsobenia, volebných programov, pri priblížení dôležitých momentov a názorov v kampani, či plánov a vízií do budúcnosti. Tieto informácie slúžia občanom pri rozhodovaní počas volieb o tom, ktorej politickej sile zveria svoj mandát. Monitoring médií počas volieb poskytuje voličom spätnú väzbu o kvalite vybraných informačných zdrojov a samotným médiám o kvalite ich práce.

Náš monitoring televízií sa zameriaval na hlavné spravodajské relácie RTVS, TV Markíza, TV JOJ a TA3 počas 6 týždňov kampane (14.1. – 24.2.), pričom sa sústredil na prezentáciu kandidujúcich strán, hnutí, ich lídrov, prezidentky a vlády SR. Sledovanými kritériami bol priestor, ktorý médiá venovali subjektom, ako aj spôsob (pozitívny/neutrálny/negatívny), akým boli prezentované. Okrem toho sme sa zamerali aj na výskyt diskutovaných tém a naratívov.

Hlavnými kritériami pre výber online verzií médií bola ich čítanosť. Na základe tohto kritéria

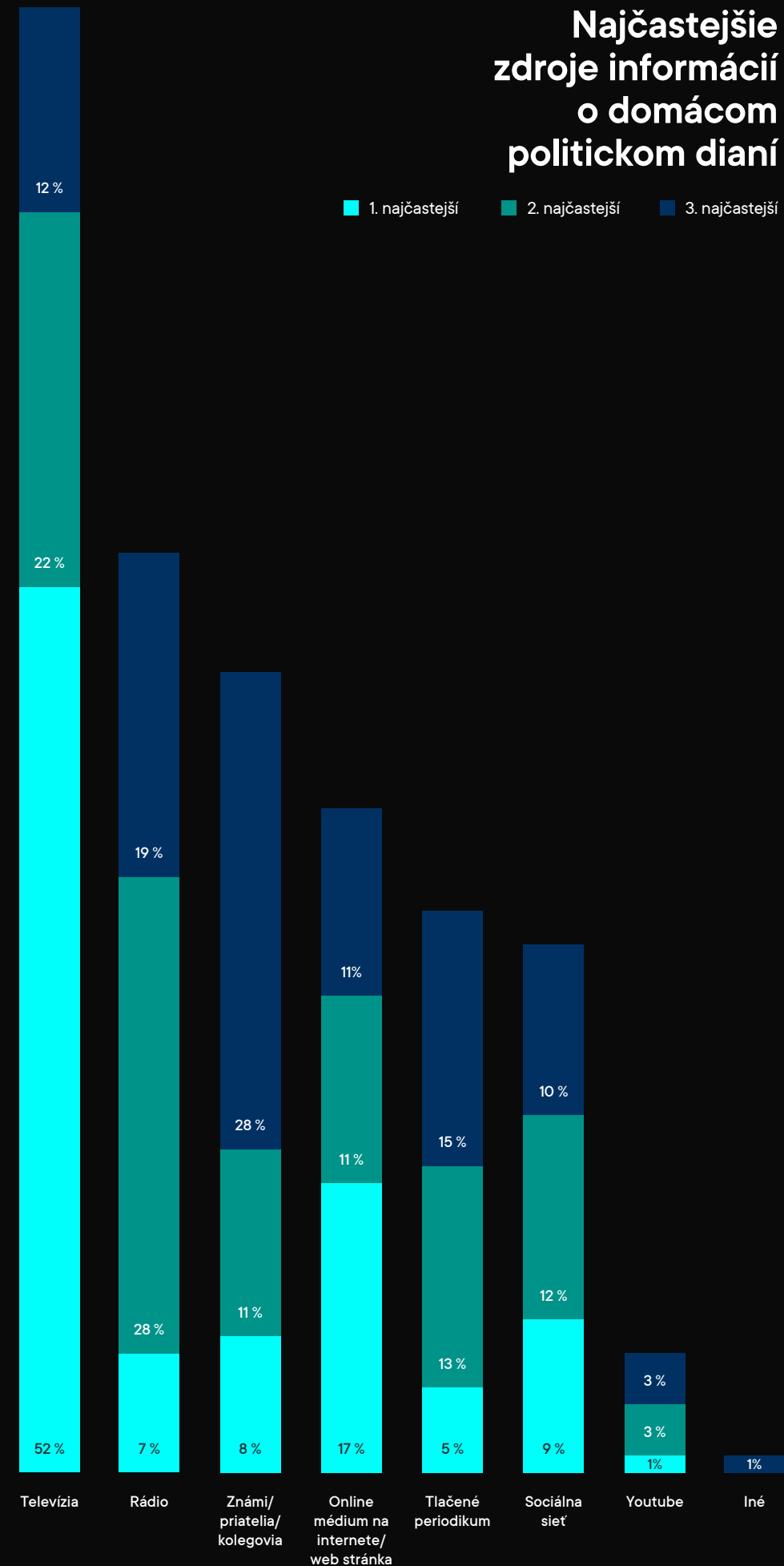
sme do monitoringu vybrali aktuality.sk, cas.sk, dennikn.sk, dnes24.sk, dobrenoviny.sk, hnonline.sk, pluska.sk, pravda.sk, sme.sk, topky.sk, a tiež hlavnydennik.sk a hlavnespravy.sk. Sledované kritériá boli rovnaké ako pre televízie. Okrem toho sme podobne ako v prípade televízií sledovali výskyt diskutovaných tém a naratívov.

Naša analýza sociálnych médií sa venovala účtom kandidujúcich subjektov, ich lídrov a top kandidátov na Facebooku a Instagrame. Príspevky sme monitorovali od oficiálneho začiatku kampane 5.11.2019 (od vyhlásenia dátumu konania volieb do NR SR) do 28.2.2020 (posledného dňa pred voľbami), pričom sme sledovali ich aktivitu (počet postov) ako aj interaktivitu (celkový počet reakcií, komentárov a zdieľaní). Pri hodnotení aktivity politických aktérov na sociálnych sieťach je dôležité pripomenúť, že strany a kandidáti niektoré svoje príspevky propagujú pomocou platenej reklamy, čo má vplyv na ich dosah a čo môže posilňovať dojem 'úspešnosti'.

9 %

respondentov uviedlo sociálne siete ako najčastejší zdroj informácií. Napriek nízkemu počtu respondentov preferujúcich sociálne siete sa Facebook stal zásadným hýbateľom kampane.

Najčastejšie zdroje informácií o domácom politickom dianí



52 % VS 39 %

Viac ako polovica ľudí čerpá informácie o domácej politike z televízie (vs ostatné typy médií dokopy)

Ktoré médiá sú obľúbené

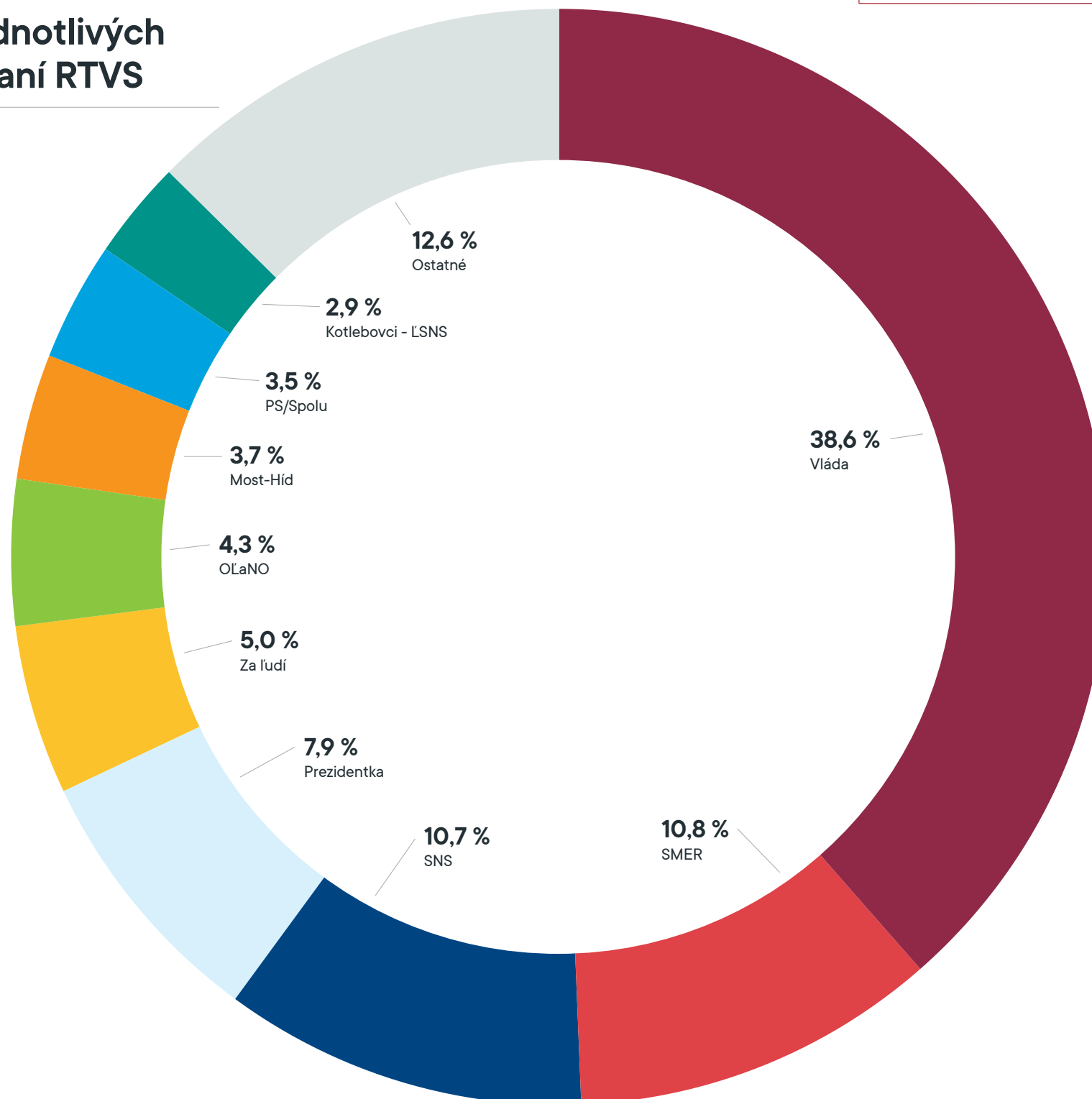
Z výsledkov agentúry Focus vyplýva, že informácie o domácej politike čerpá väčšina obyvateľov najčastejšie z televízie, ktorú ako zdroj na prvom mieste uvádza až 52 % respondentov. V rámci tejto vzorky sú najčastejšie uvádzané stanice *TV Markíza* a *RTVS.TV Markízu* uviedla tretina opýtaných (33 %), pre ktorých je televízia prvým najčastejším zdrojom informácií a *RTVS* 28 % opýtaných. *TV JOJ* uviedla pätina takýchto respondentov (19 %) a *TA3* ďalších 12 % respondentov. Online médiá na internete (web stránky) ako prvý najčastejší zdroj informácií o domácom politickom dianí uviedlo 17 % respondentov. Títo opýtaní najčastejšie sledujú stránku *aktuality.sk* (27 %). Nasledujú stránky *sme.sk* (10 %), *topky.sk* (9 %) a *dennikn.sk* (7 %). Sociálnu sieť ako prvý najčastejší zdroj informácií o domácom politickom dianí uviedlo 9 % respondentov. V rámci sociálnych sietí jednoznačne dominuje *Facebook*, ktorý uviedla absolútna väčšina respondentov (99 %).

Verejnoprávna televízia

Verejnoprávna RTVS venovala vo svojom spravodajstve najviac priestoru vládnym stranám SMER-SD a SNS. Spolu s výrazným priestorom, ktorý poskytla vláde, išlo o takmer dve tretiny relevantného politického priestoru (prítom obe z vládnych strán získali trikrát väčší priestor ako posledná strana vládnej koalície Most-Híd). Pre porovnanie, RTVS venovala šiestim stranám demokratickej opozície súhrnne okolo 17 %, najmenej zo všetkých sledovaných televízií. Ak si k tomu pridáme trend výrazného zastúpenia SNS v diskusných reláciách RTVS, keď bola počas kampane najpozývanejšou stranou (6-krát napriek preferenčne omnoho slabšiemu postaveniu), ako aj zmenu pravidiel pre záverečnú volebnú diskusiu, aby sa jej mohla zúčastniť aj SNS, dá sa konštatovať, že RTVS nesplnila svoju povinnosť nestrannosti počas volebnej kampane.

Čo sa týka spôsobu prezentácie, s výnimkou strany Kotlebovci-LSNS, u ktorej prevládali negatívne informácie, boli všetky ostatné politické subjekty prezentované prevažne neutrálne. Väčší výskyt negatívnych informácií sme zaznamenali u strany SMER-SD (celkovo 27 %) a taktiež SNS (viac ako 22 %) - v prípade strany SNS sa na tom výrazne podpísal záznam telefonátu jej predsedu s obvinenou Alenou Zsuzsovou. Vláda bola celkovo prezentovaná neutrálne (približne 80 % informácií o vláde malo neutrálny charakter), ale zároveň prevažovali pozitívne informácie nad negatívnymi. Z 10 najzobrazovanejších subjektov na RTVS mala najpozitívnejší obraz prezidentka Zuzana Čaputová, pričom zo strán mala iba SaS väčší podiel pozitívnych informácií.

Podiel času jednotlivých strán vo vysielaní RTVS



RTVS si nesplnila svoju verejnoprávnu funkciu,

keďže nebola nestranná - predovšetkým SNS dostala neadekvátne veľký priestor v spravodajstve a hlavnej diskusnej relácii.

Najčastejšie zastúpené strany v relácii RTVS O 5 minút 12

Andrej Danko (SNS) sa v relácii objavoval zo všetkých lídrov strán najčastejšie.



SNS

6

SMER

5

SaS

4

OLaNO

4

Most-Híd

3

PS/Spolu

3

Sme rodina

3

Kotlebovci - LSNS

3

60 %

RTVS venovala vo svojom spravodajstve 60 % priestoru stranám SMER-SD a SNS a vláde SR.

Súkromné televízie

Kritériá na vysielanie spravodajstva sú v prípade súkromných televízií identické ako pri verejnoprávných médiách, keďže platí, že televízie musia podľa zákona zabezpečiť všestrannosť a názorovú pluralitu v rámci vysielania a predovšetkým objektivnosť a nestrannosť spravodajských programov a politicko-publicistických programov.

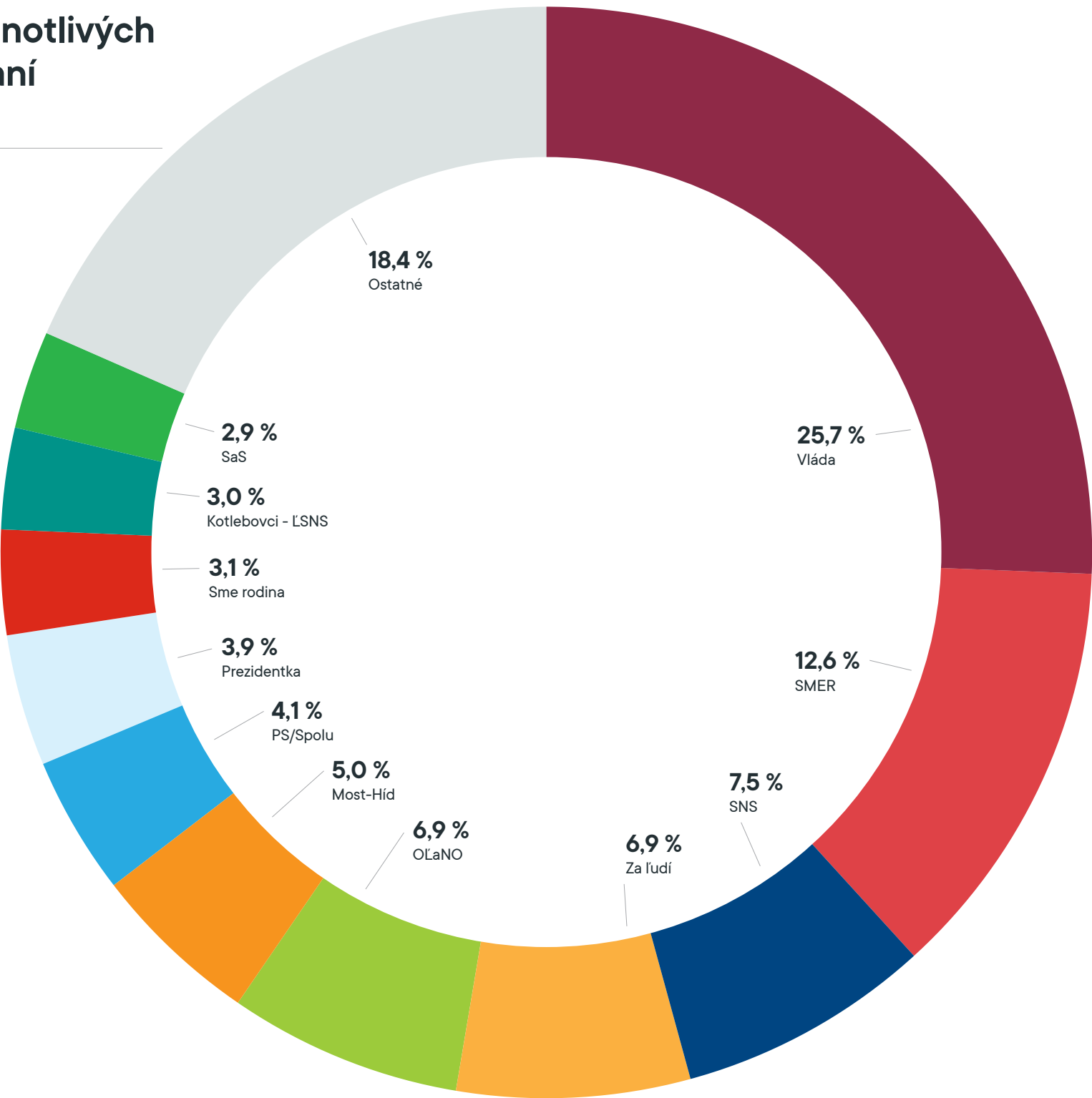
TV Markíza venovala vo svojich spravodajských reláciách volebnej kampani celkovo viac priestoru ako verejnoprávna RTVS (70 minút oproti 38 minútam v RTVS), pričom pokryla až 8 rôznych aspektov kampane, čo bolo najviac zo všetkých televízií. Podobne ako v ostatných televíziách, aj v TV Markíza mala najviac priestoru vláda, no v porovnaní s ďalšími televíziami išlo o najmenší podiel (necelých 26 %). Zo strán dominovala strana SMER-SD, nasledovali SNS a OĽaNO. TV Markíza ako jediná venovala takmer identický priestor stranám demokratickej opozície a stranám vládnej koalície. Naopak, v TA3 bol pri tomto porovnaní najväčší rozdiel – 14,5 % v prospech koalíčných strán.

V spravodajstve TA3 výrazne dominovala SNS, ktorá získala pätinu spravodajského priestoru, čo je jednoznačne najväčší podiel času venovaného jednotlivým stranám medzi všetkými televíziami. Druhou prezentovanou bola opäť vládna SMER-SD, pričom všetky ďalšie strany získali oveľa menší priestor. Pokiaľ ide o spôsob informovania, televízia priniesla najmenší podiel negatívne ladených informácií, pričom z hlavných politických subjektov mali v tejto televízii výrazne negatívnejší obraz iba

Podiel času jednotlivých strán vo vysielaní TV Markíza

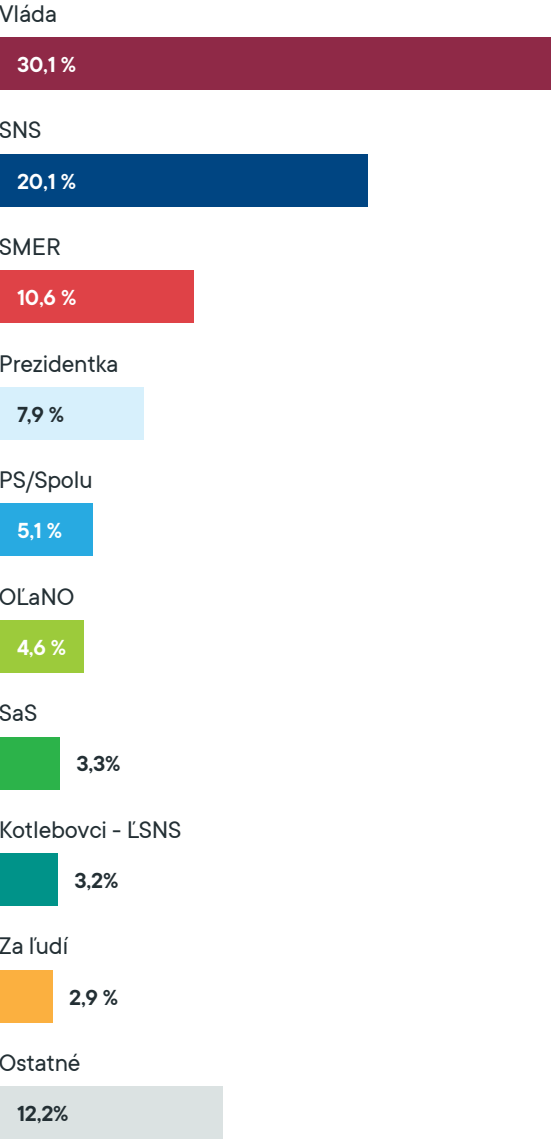
TV Markíza venovala volebnej kampani v spravodajstve 70 minút, zatiaľ čo RTVS iba 38 minút.

Kotlebovci - ĽSNS a SMER-SD. TA3 bola zároveň jedinou televíziou, kde mala SNS porovnateľný podiel negatívnych a pozitívnych informácií – inak, predovšetkým v TV JOJ, bola zobrazená kritickejšie.



Podiel času jednotlivých strán vo vysielaní TA3

Na TA3 dominovala SNS, ktorá získala najväčší podiel času venovaného jednotlivým stranám medzi všetkými televíziami. Aj v svojej diskusnej relácii *V politike* ukázala TA3 svoju politickú afiliáciu, keď počas kampane tvorili až 41 % hostí zástupcovia SMER-SD a SNS.



20 %

SNS získala v hlavnej spravodajskej relácii TA3 až 20% politického priestoru – viac ako všetky strany demokratickej opozície spoločne.



Online médiá

Niektoré online médiá (spravodajské portály a weby seriálnych tlačných médií) sú už dlhšie dôležitou informačnou bázou, aj vzhľadom na ich snahu formovať demokratický charakter krajiny. Jasnou podporou verejného záujmu a rôznorodými aktivitami minimálne dopĺňajú, či dokonca nahrádzajú verejnoprávnu RTVS. Zároveň sú tu však aj online médiá, ktoré často nedodržiavajú elementárne zásady žurnalistickej práce a naopak, šíria rôzne hoaxy a dezinformácie. Keďže nás zaujímalo, akým spôsobom bude online scéna pokrývať volebnú kampaň, rozhodli sme do nášho monitoringu zahrnúť mienkotvorné aj bulvárne médiá a taktiež dva weby s problematickým obsahom.

Spomínané delenie sa asi najmarkantnejšie prejavilo na téme *Hrozba fašizmu*, keďže až v 7 monitorovaných online médiách (v mienkotvorných Aktualitách, Denníku N, Hospodárskych novinách, Pravde a SME, ako aj v bulvárnom Novom čase a Topkách) patrili tento naratív do top10 (zo 69 sledovaných). Zároveň až v ôsmich z dvanástich webov (okrem Hlavného denníka, Hlavných správ, Plusky a Dobrých novín) bola jednou z dvoch najkritizovanejších strán Kotlebovci-LSNS.

Aktuality.sk, Denník N, Dnes 24, Hospodárske noviny a SME boli veľmi kritické voči vláde a koalíčným SMER-SD a SNS, čím dlhodobo napíňajú základné poslanie médií konať vo verejnom záujme, kontrolovať prácu verejných orgánov a tlačiť ich k väčšej zodpovednosti. Výsledky monitoringu naznačujú, že s výnimkou Dobrých novín a Topiek boli online médiá vo všeobecnosti výrazne kritické.

Niektoré médiá zorganizovali diskusie (Denník N, Hospodárske noviny s Rádiom Expres, Nový čas) a rozhovory s kandidátmi (SME, Pravda), ktoré svojou otvorenosťou a nezávislosťou formálnymi pravidlami (pokiaľ ide o obsadenie či časové limity) boli veľkým obohatením predvolebného informačného priestoru.

Naopak, niektoré weby (predovšetkým Hlavné správy a Hlavný denník) ukázali v pozitívnom svetle iba vybrané strany. Zatiaľ čo mainstreamové médiá boli takmer všetky jednotné v kritike antidemokratických praktík, spomenuté dve médiá zo samostatnej alternatívnej scény vnímali fašizoidnú stranu Kotlebovci-LSNS neutrálne až pozitívne (v HD bola ešte pozitívnejšie zobrazená strana Sme rodina).

Top témy v mainstreamových médiách

Zoradené podľa kumulatívnej početnosti článkov na weboch Aktuality, Denník N, Hospodárske noviny, Nový čas, Pluska, Pravda, SME, Topky

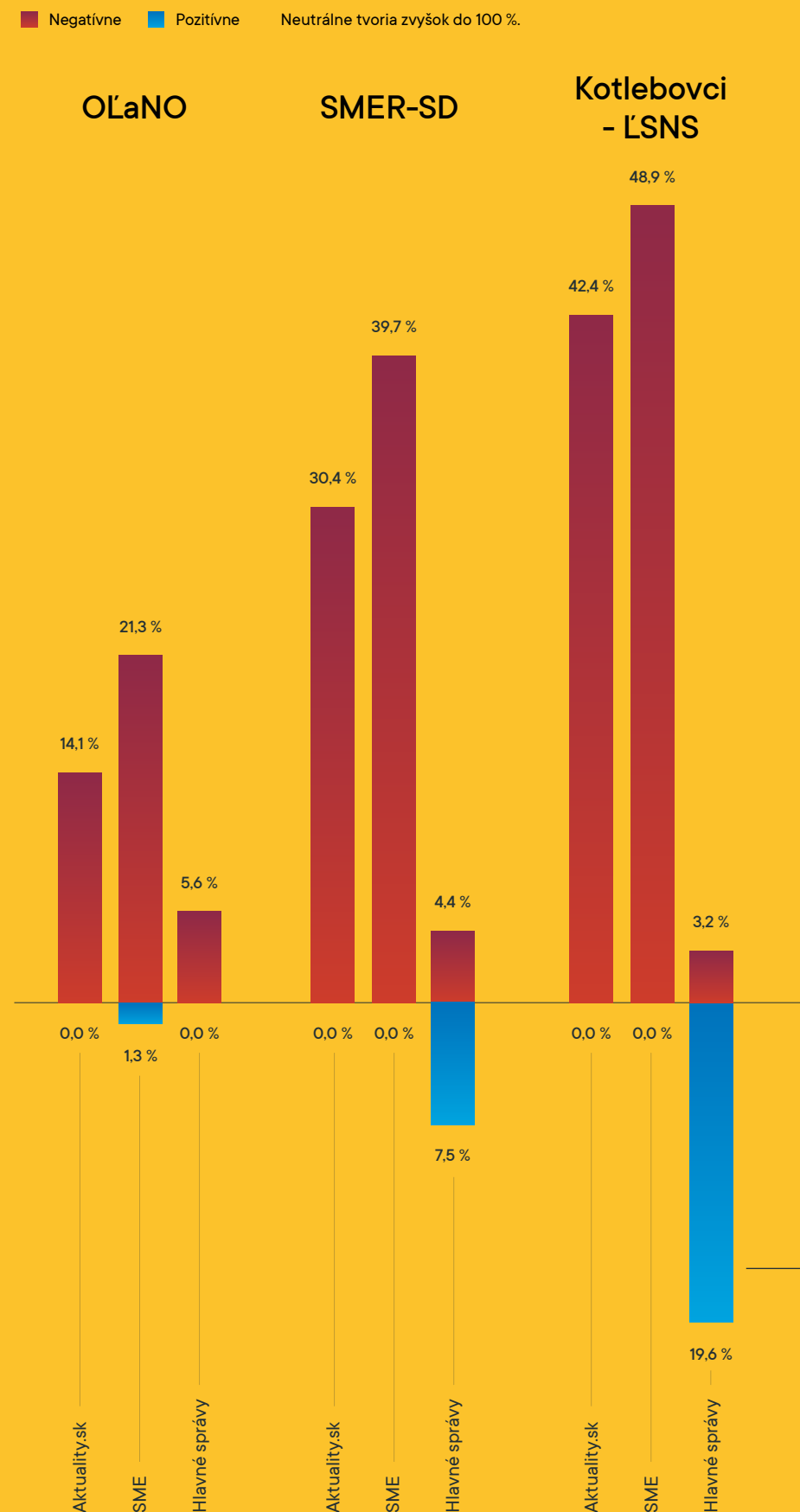
1. Voľby (individuálne témy)
2. Fašizmus
3. Mafiánsky štát
4. Medzinárodné udalosti
5. Médiá
6. Tradičné hodnoty
7. Migrácia
8. Rómovia
9. LGBTI
10. Európska únia

Top témy na dezinformačných weboch

Zoradené podľa kumulatívnej početnosti článkov na weboch Hlavné správy a Hlavný denník

1. Voľby (individuálne témy)
2. Medzinárodné udalosti
3. Mafiánsky štát
4. Európska únia
5. Fašizmus
6. Migrácia
7. Médiá
8. Slovenská identita
9. LGBTI
10. Sloboda

Ako mainstreamové a dezinformačné weby pokrývali jednotlivé strany



Až v siedmich z monitorovaných médií bola hrozba fašizmu jednou z top tém.

Extra diskusie

Denník N, Hospodárske noviny (spoločne s Rádiom Expres) a Nový čas zorganizovali diskusie a SME s Pravdou (a tiež Rádio Expres) rozhovory s kandidátmi. Ich flexibilný a formálnymi pravidlami neviazaný formát (pokiaľ ide o obsadenie, či časové limity) obohatil predvolebný informačný priestor.

Aktuality.sk, Denník N a SME dlhodobo prinášajú informácie, ktoré sú dôležité pre demokratický charakter krajiny (ako napr. hrozba fašizmu), a zároveň svojím kritickým nastavením tlačia verejné orgány k väčšej zodpovednosti.

Hlavné správy a Hlavný denník ukázali v pozitívnom svetle fašizoidnú stranu Kotlebovci - LSNS

Popularita politikov a strán na Facebooku

Sociálne médiá sa stávajú veľmi dôležitým zdrojom politických informácií vo všeobecnosti, a ešte viac počas volieb – úplne inak nastavujú vnímanie politiky, keď odpadá tradičný filter médií. Počas volieb do NR SR sme podrobnejšie analyzovali spôsob, akým sa Facebook a Instagram využívali počas kampane, či už na zvýšenie a zlepšenie informovanosti, mobilizáciu, alebo na šírenie klamstiev či dezinformácií. Naš monitoring Facebooku bol realizovaný od vyhlásenia dátumu volieb do NR SR (5.11.2019) do dňa pred voľbami (28.2.2020), pričom sme sledovali aktivnosť (počet postov), ako aj interaktivitu (celkový počet reakcií, komentárov a zdieľaní) politických strán, ich lídrov a top kandidátov.

V monitorovanom období politické strany a hnutia vyprodukovali na Facebooku 7 152 príspevkov – v priemere 62 postov za deň. Pokiaľ ide o sledovaných politikov, bolo to 16 013 príspevkov, v priemere 138 postov za deň. Ľuboš Blaha získal najväčší počet interakcií súvisiacich s jeho príspevkami na Facebooku (1 286 400). Ďalšími v poradí v počte interakcií boli Peter Pellegrini (732 800), Michal Truban (612 700), Andrej Kiska (536 500) a Milan Uhrík (489 800). Čo sa týka interakcií kandidujúcich subjektov, jednoznačne najviac ich získalo hnutie OĽaNO (1 224 400), následne strana SMER-SD (481 700) a hnutie Sme rodina (466 900).

OĽaNO v Cannes

Medzi top 10 postami kandidujúcich subjektov a politikov, ktoré získali najviac interakcií, boli 4 príspevky hnutia OĽaNO, 2 príspevky SMER-SD (FB stránka strany a Petra Pellegriniho) a po jednom od SaS, Andreja Kisku (Za ľudí), Sme rodina a SNS. Najviac interakcií získal post hnutia OĽaNO „AKTUÁLNE PRED POČIATKOVOU VILOU NA FRANCÚZSKEJ RIVIÉRE“, ktorý bol zverejnený 20. januára, a na propagáciu ktorého zaplatilo OĽaNO okolo 4 500 eur. Tento post mal v čase písania tejto analýzy (polovica marca 2020) viac ako 1,62 milióna pozretí (išlo o najsledovanejšie video kandidujúcich subjektov a politikov), viac ako 31 tisíc reakcií, 6,5 tisíc komentárov a 21,5 tisíc zdieľaní – celkovo viac ako 58 tisíc interakcií.

OBYČAJNÍ LUDIA a nezávislé osobnosti was live.
January 20 · 🌐

AKTUÁLNE PRED POČIATKOVOU VILOU NA FRANCÚZSKEJ RIVIÉRE

Nelegálne získaný majetok patrí občanom Slovenskej republiky 🇸🇰
(Igor Matovic Kristián Čekovský Juraj Krupa Michal Šipoš Eduard Heger)

Objednávateľ: OBYČAJNÍ LUDIA a nezávislé osobnosti (OĽaNO), NOVA, Kresťanská únia (KÚ), ZMENA ZDOLA, Zámocká 14, Bratislava IČO: 42287511
Dodávateľ: Facebook Ireland Limited, 4 Grand Canal Square, Írsko, IČO: 462932

👍👎🗨️ 31K

6.4K Comments 20K Shares 1.6M Views

Fico v škôlke

Druhým najúspešnejším postom z hľadiska počtu videní bolo satirické video, ktoré SMER-SD odkopíroval od izraelskej agentúry Arona Shaviva, a v ktorom predstaviteľov demokratickej opozície stvárňujú deti v škôlke. Na propagáciu postu na FB zaplatil SMER-SD okolo 4 000 eur. Tento post mal okolo 1,5 milióna pozretí, skoro 12 tisíc reakcií, 4,4 tisíc komentárov a 4,3 tisíc zdieľaní – celkovo viac ako 20 tisíc interakcií.

Robert Fico
December 11, 2019 · 🌐

Bez mučenia priznávam, že podobné video už bolo použité v zahraničí. Ale keďže je naša opozícia ešte smiešnejšia, rozhodli sme sa urobiť slovenskú verziu. 🤡🇸🇰

👍👎🗨️ 9K

3.9K Comments 4.8K Shares

Top 10 profilov strán na FB podľa počtu interakcií

1.		OBYČAJNÍ LUDIA a nezávislé osobnosti	1,22 M
2.		SMER - SD	482 K
3.		Sme rodina	467 K
4.		Slovenská národná strana	278 K
5.		Sloboda a Solidarita	264 K
6.		Vlasť	151 K
7.		Dobrá voľba	90 K
8.		Za ľudí	88 K
9.		Demokratická strana	75 K
10.		SPOLU - občianska demokracia	75 K

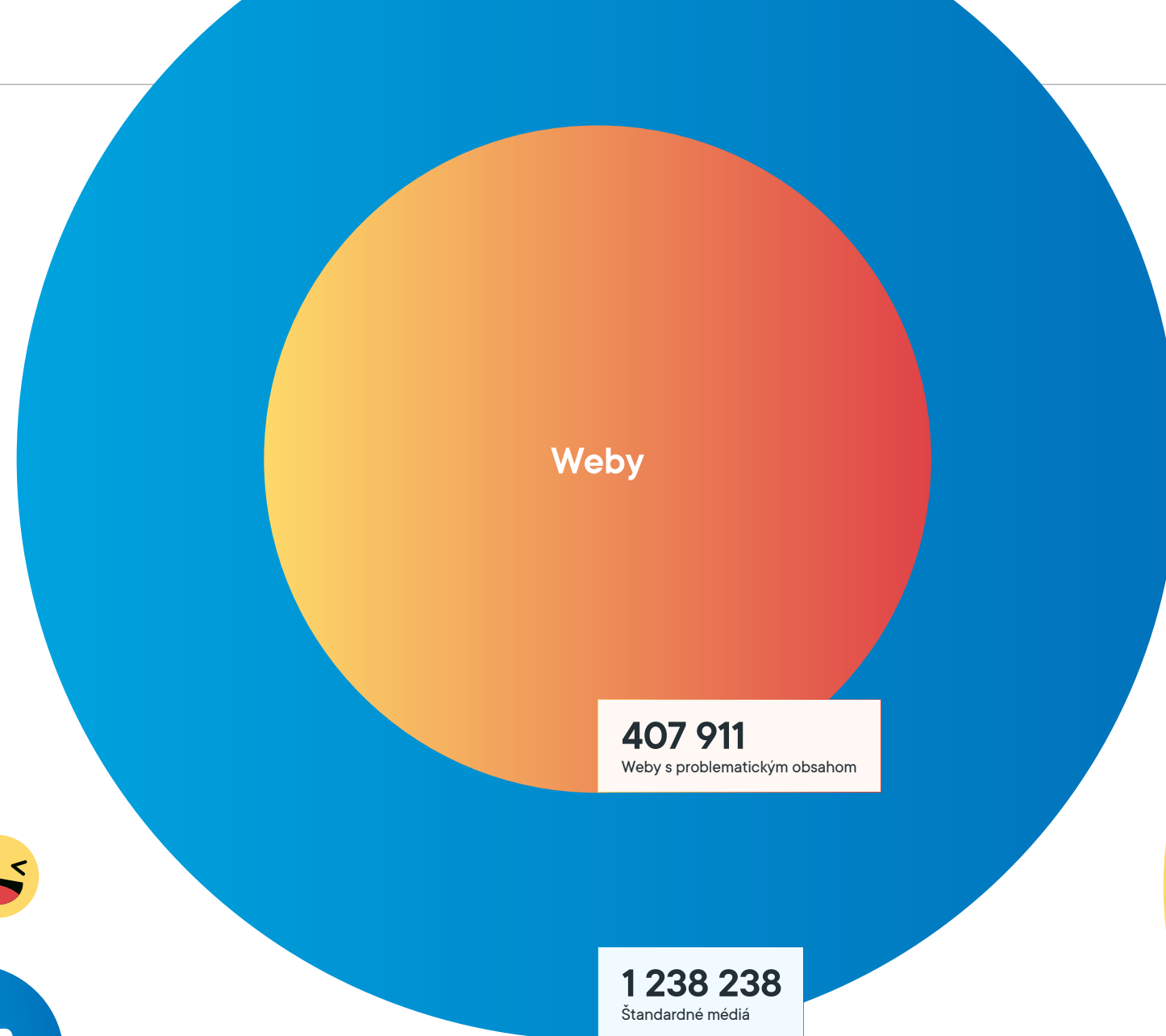
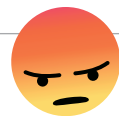
Top 10 profilov politikov na FB podľa počtu interakcií

1.		Ľuboš Blaha	1,29 M
2.		Peter Pellegrini	734 K
3.		Michal Truban	613 K
4.		Andrej Kiska	537 K
5.		Milan Uhrík - europoslanec	490 K
6.		Miroslav Beblavý	467 K
7.		Robert Fico	454 K
8.		Štefan Harabin	448 K
9.		Marian Kotleba - kandidát na prezidenta Slovenskej republiky	360 K
10.		Jožo Pročko - stránka	357 K

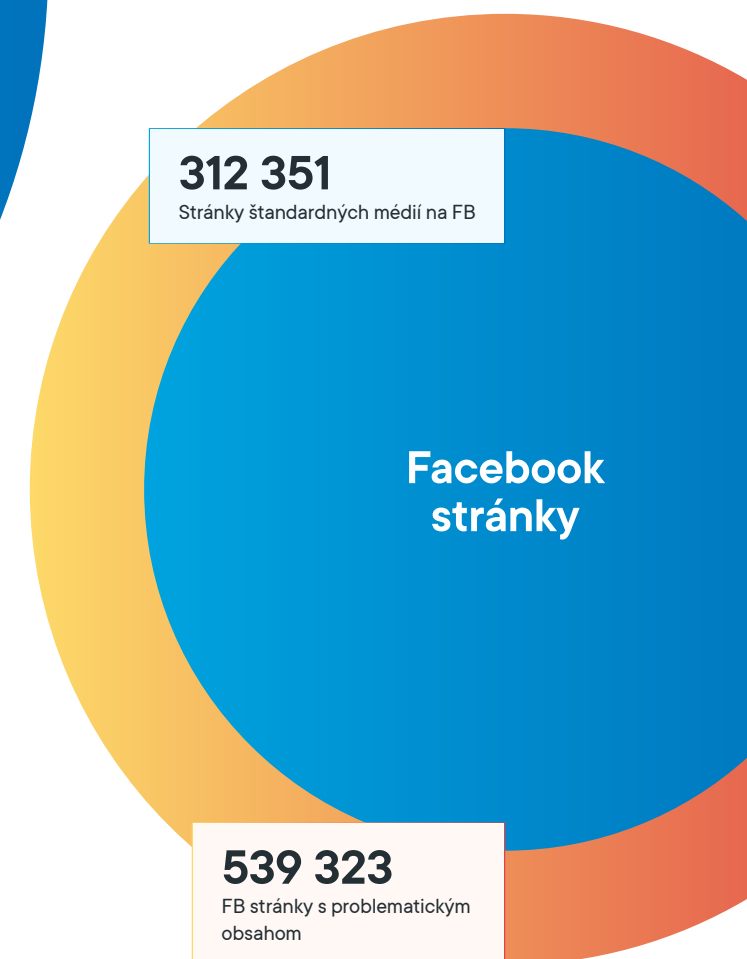
Kto má najväčší výtlak?

Počas troch monitorovaných období, t.j. 1. október - 15. november; 16. november - 26. január a 27. január - 2. marec sme za každé obdobie vybrali databázu maximálne 250 príspevkov s najväčším počtom interakcií. Po ich zlúčení sme dosiahli celkový výtlak pre každú kategóriu.

Zatiaľ čo weby s problematickým obsahom siahajú vo svojom výtlaku na Facebooku na 30 % výtlaku štandardných médií, problematické stránky na FB majú o 73 % viac interakcií ako FB stránky štandardných médií. Vo viralite primárne dominujú statusy Ľuboša Blahu, pri ktorom sme zaznamenali aj väčšie množstvo osobných útokov na politikov vo forme zosmiešňovania.



Celkový výtlak najvirálnejších príspevkov za 3 monitorované obdobia počas 5 mesiacov.



3 články webov štandardných médií s najväčším počtom interakcií na FB za 5 mesiacov:

1.
Článok Denníka N o zrušení moratória

19 448 interakcií

2.
Článok .týždňa s výzvou slovenských osobností na voľbu Andreja Kisku

16 700 interakcií

3.
Článok SME o súdnom rozhodnutí, že Ľ. Blaha musí vymazať klamlivé statusy o ESETe

16 654 interakcií

3 články webov s problematickým obsahom s najväčším výtlakom na FB

pochádzajú z dielne pro-LSNS Magazín 1, čomu zodpovedá aj charakter článkov. Tu sú ich názvy:

1.
„Kotlebovcov označiť za fašistov vypovedá o nízkej odbornej znalosti a naivnej viere v blbosť“

20 899 interakcií

2.
„Kotleba naplňa sály a ľudia na neho chodia aj bez gulášu. Ako to robí?“

12 765 interakcií

3.
„Idú najdôležitejšie voľby! Kotlebu sa musia zbaviť, aj keby ho mali vyhlásiť za vraha“

8 416 interakcií



Tak toto je veľké, priatelia! Toto je bomba!

ČO ROBILO PÁR HODÍN PO VOĽBÁCH AUTO OLANO PRED AMERICKOU REZIDENCIOU?

Práve som sa dostal k fotografii služobného auta Trnavského samosprávneho kraja, ktorý je pod politickou kontrolou OLANO. ... [See More](#)



4.3K Comments 12K Shares

24 539 interakcií

Najväčší počet interakcií mal povolebný status Ľuboša Blahu, v ktorom spája zaparkovanie služobného auta Trnavského samosprávneho kraja pred rezidenciou Veľvyslanectva USA v Bratislave s vplyvom USA na OLANO (predsedom TTSS je Jozef Viskupič z OLANO). Na základe zaparkovaného auta zachádza až po obvinenia Igora Matoviča z predaja Slovenska Američanom a alarmistickým vyjadreniam typu "hrozí, že pravica premení Slovensko na americkú kolóniu". V tejto téme následne pokračoval aj v ďalších povolebných príspevkoch.

Alarmujúce vyjadrenia, v ktorých autori textov vyvolávali strach tým, že osočovali a demonizovali isté skupiny obyvateľstva, napríklad ľudí s liberálnymi postojmi alebo majiteľov firiem, ktorí podporovali politických oponentov, boli často používanou taktikou ovplyvňovania cez šírenie nenávisti a prehlbovanie polarizácie.



Čo sa zdieľa na otvorených FB skupinách s problematickým obsahom?

Otvorené FB skupiny tvoria špeciálnu monitorovaciu kategóriu, pretože autormi príspevkov sú spravidla bežní používatelia Facebooku a z príspevkov je možné sledovať formovanie tzv. echo chambers, teda názorových bublín, ktoré ľudia vyhľadávajú, aby si potvrdzovali vlastné vídenie sveta.

Keďže obsah príspevkov tvoria samotní užívatelia, práve na skupinách sa často vyskytujú osobné útoky na politikov, expresívne až agresívne vyjadrenia a nenávisťné a rozdeľujúce naratívy. V 594 analyzovaných príspevkoch v období 5 mesiacov sa alarmujúce odkazy

na možné zasahovanie do volieb vyskytovali v až v 116-ich, teda v **20 %** z nich. Varovanie pred potenciálnym zasahovaním a ovplyvňovaním volieb bolo teda v týchto skupinách jednoznačne najpopulárnejšou témou.

20%

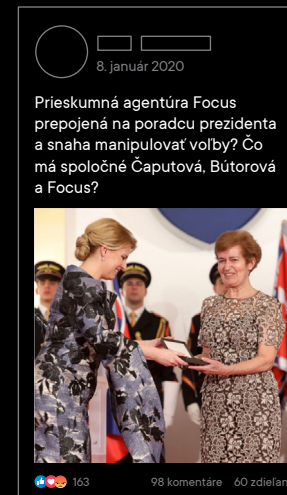
Na FB skupinách až každý piaty analyzovaný príspevok varoval, že voľby môžu byť zmanipulované alebo ovplyvnené.

Kto údajne zasahuje do volieb?

1.

Prieskumné agentúry

Významne diskutovanou témou v súvislosti so zasahovaním do volieb bol návrh na 50-dňové moratórium na zverejňovanie predvolebných prieskumov. Argument, že pri prieskumoch dochádza k manipulácii volieb zo zahraničia, vychádzal z predpokladu, že samotné prieskumné agentúry, prípadne ich objednávateľia, sú platení zo zahraničných zdrojov. Následne každý, kto bol za neschválenie a neskôr zrušenie moratória, počnúc prezidentkou Slovenskej republiky, až po ministra zahraničných vecí SR, bol osočovaný z podporovania alebo spolupodieľania sa na ovplyvňovaní volieb.



2.

Mimovládne organizácie

Financovanie mimovládnych organizácií zo zahraničia, ktoré sa interpretuje ako zahraničné ovplyvňovanie, je pravidelne sa opakujúcou témou nielen pred voľbami. Prípady, keď sa mimovládna organizácia vyjadri k voľbám alebo začne iniciatívu na zvyšovanie volebnej účasti, zväčša vyvolajú reakciu v podobe atakov na organizáciu a jej kľúčových predstaviteľov.

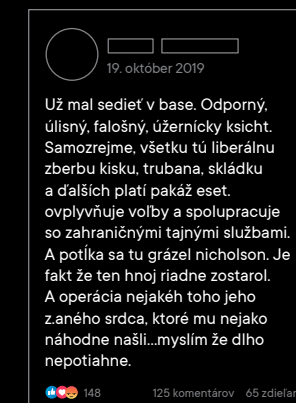


3.

ESET s liberálmi

Typickým príkladom prepájania rôznych aktérov s cieľom konšpirovať o zasahovaní do volieb je firma ESET, ktorej kľúčoví predstavitelia otvorene podporujú strany a projekty napomáhajúce zachovaniu liberálnej demokracie na Slovensku. Na tomto príspevku v praxi vidíme aj používanie výrazne expresívnych výrazov a osobných útokov.

Keďže strana zastávajúca liberálne postoje PS/Spolu do NR SR zvolená nebola, istá časť atakov sa po voľbách stiahla, mnohí užívatelia však pokračovali v spochybňovaní volieb kvôli nízkemu počtu hlasov pre stranu Vlasť.



Zma-ni-pu-lo-va-né!

Okrem zdieľaní príspevkov iných politikov je na skupinách populárne prezdieľanie statusov s alarmujúcim odkazom medzi rôznymi skupinami. Jedným z najpopulárnejších príspevkov, ktorý bol zdieľaný na mnohé ďalšie skupiny, bol odkaz o spoločnosti ESET, ktorý bol pôvodne publikovaný na stránke *Volím Harabina* osobou s uzavretým profilom. Pôvodný príspevok mal 1119 zdieľaní, do iných skupín (napr. *Nedôverujem ex-prezidentovi Kiskovi, ani prezidentke Čaputovej, či ZA SUVERENITU SLOVENSKA, PROTI základným NATO*) bol prezdieľaný 35-krát a celkovo tak zasiahol viac ako 64 000 ľudí.



Podobne populárny príspevok, publikovaný tesne pred voľbami, 27. februára, mal 17 prezdieľaní do iných skupín (napríklad na skupinu *STOP ISLAMU na SLOVENSKU* alebo *Armáda pravdy*) a zasiahol viac ako 91 000 ľudí.



* Všetky príklady príspevkov uvedených na tejto strane sú doslovné prepisy príspevkov z otvorených skupín na FB. Autori sa v žiadnom prípade s týmito vyjadreniami nestotožňujú.

Naratívy, ktoré rozdeľujú spoločnosť

Pretláčanie určitých naratívov, do ktorých sú jednotlivé skutočnosti selektívne vyberané tak, aby čitateľovi podsúvali určitú interpretáciu či svetozázor, sa takmer výlučne vyskytovali len v problematickej časti informačného spektra, a teda najmä na stránkach a otvorených skupinách na FB s problematickým obsahom.

Primárnym cieľom útoku bol **liberalizmus a liberálno-demokratické zriadenie**. Tento naratív je systematicky propagovaný problematickou časťou informačného spektra už dlhodobo, predovšetkým od prezidentských volieb v roku 2019¹. Odvtedy tento antisystémový naratív úspešne prenikol do mainstreamového diskurzu a prispieva k demonizovaniu liberálnych strán na slovenskej politickej scéne, ako aj k staženiu schválenia zákonov a opatrení zvyšujúcich garanciu ľudských práv a slobôd v SR. Exemplárnym dôsledkom pôsobenia tohto naratívu je spochybňovanie

Andrej Danko, 23.2.2020

„Urobme všetko pre to, aby nevyhrala liberálna demokracia, ktorá ničí naše milované Slovensko.“

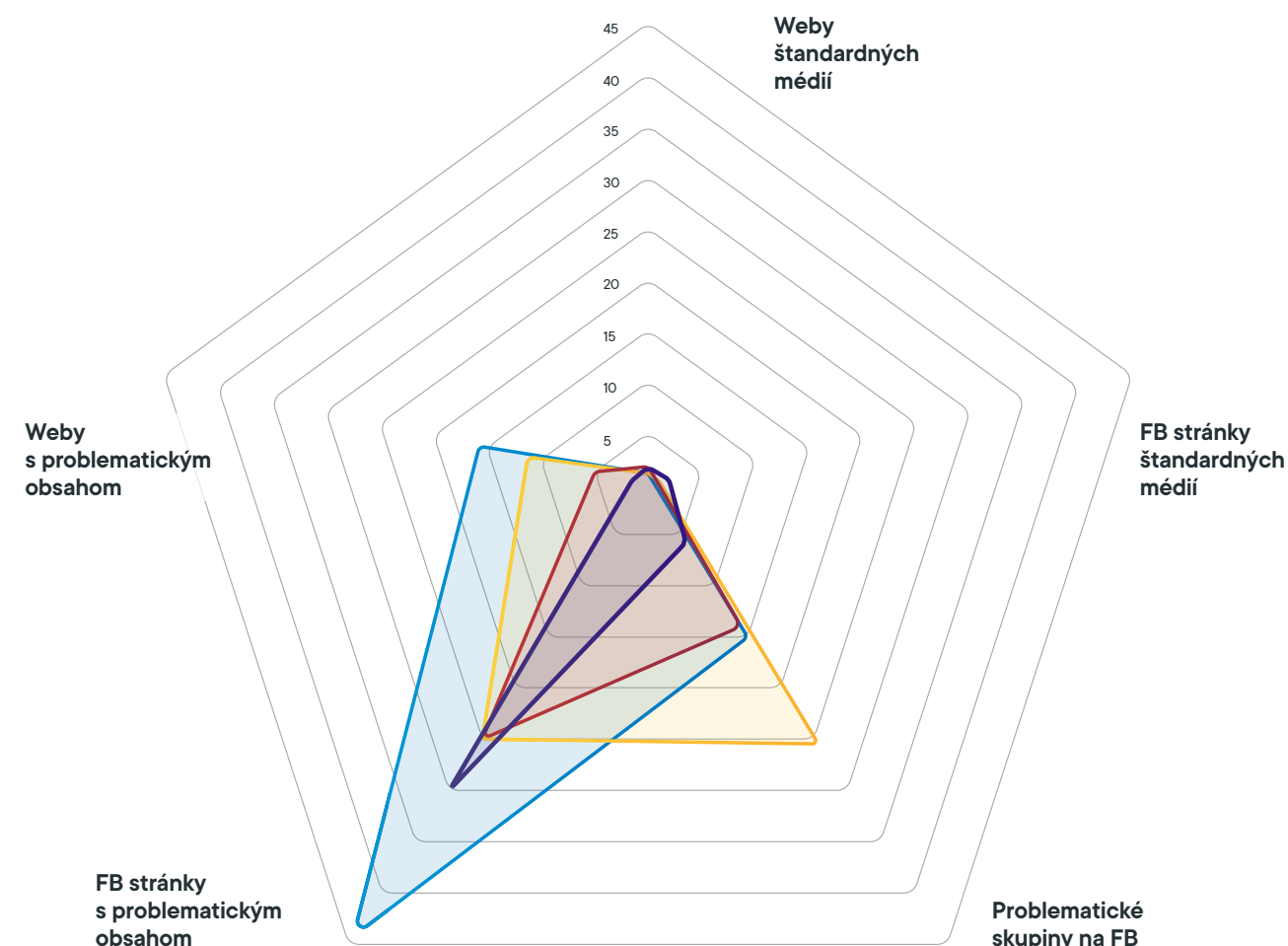
liberálnej demokracie ako najvhodnejšieho politického zriadenia pre SR významnými verejnými činiteľmi.

Ďalšie naratívy, ktoré sa často vyskytovali v súvislosti s parlamentnými voľbami bolo údajne nekalé zasahovanie do volieb v kombinácii s rôznymi konšpiračnými teóriami. Napríklad „Soros dostal v týchto voľbách K.O.“ (príspevok z 1.3.2020) poslanca za SMER-SD)

¹ <https://www.globsec.org/wp-content/uploads/2019/04/Presidential-Election-Monitoring-report-SK.pdf>

Facebookové stránky s problematickým obsahom zdieľajú najviac rozdeľujúcich naratívov v informačnom priestore.

Výskyt naratívov naprieč informačným spektrom podľa počtu príspevkov



Liberalizmus ako hrozba

člen LSNS, 13.11.2019

„Teraz však stojíme pred mimoriadne dôležitými voľbami, v ktorých sa rozhodne, či Slovensko ovládnu liberálni extrémisti... Či tu o 10-15 rokov budeme mať hordy imigrantov, LGBT a gender ideológiu.“

kandidát za Vlasť, 21.11.2019

„KOTLEBA NIE JE MŮJ NEPRIATEL. MOJIM NEPRIATEĽOM SÚ ULTRALIBERÁLNI ÚCHYLÁCI“

Zasahovanie do volieb

stránka s vyše 37-tisíc „likes“, 29.10.2019

„Neexistuje horšia manipulácia volieb, ako je manipulácia verejnej mienky v prieskumoch.“

web s problematickým obsahom, 16.10.2019

„Facebook cenzuruje stránku Slobodného vysielacza. Stali sme sa zrazu pre ľudí neviditeľnými, pripravte sa na to všetci, čo upozorňujete na ovplyvňovanie volieb!“

Konšpirácie

web s problematickým obsahom, 26.2.2020

„Americké ovplyvňovanie slovenských volieb? Facebook 3 dni pred voľbami zrušil stránku Kulturblog a ďalšie stránky, ktoré sú vraj napojené na kotlebovcov“

kandidát za Vlasť, 15.2.2020

„AGENTÚRA „AKO“ DOSTALA CEZ PODVODNÉ PRIESKUMY DO PALÁCA ULTRALIBERÁLKU ČAPUTOVÚ. TERAZ TO SKÚŠAJÚ ZNOVA“

Oligarchovia

poslanec za SMER-SD o prezidentke Čaputovej, 30.10.2019

„HANDRA OLIGARCHOV Z PREZIDNETSKÉHO PALÁCA“

poslanec za SMER-SD, 30.10.2019

„PRIESKUMY NIE SÚ ĽUDSKÉ PRÁVO, ALE NÁSTROJE MANIPULÁCIE OLIGARCHAMI“

Strašenie liberálmi a médiami na Facebooku

Liberalizmus ako hrozba

Liberalizmus ako údajne najväčšia hrozba pre slovenskú spoločnosť bol intenzívne propagovaný niekoľkokrát. V polovici novembra rezonovali príspevky, ktoré obsahovali vyjadrenia ako „Čaputová dnes definitívne potvrdila, že je to jedna neoliberalná extrémistka, ktorú by mali stíhať za pohrdanie ľuďmi a materstvom.“ (poslanec za SMER-SD, 11.11.2019), či „Spoločným cieľom našich strán je zabrániť nástupu liberálnej totality, ochrániť tradičné hodnoty a slovenskú domovinu aj pre naše deti“ (člen LSNS, 13.11.2019). V oboch prípadoch je liberalizmus zobrazovaný ako totalitná ideológia, ktorá je v rozpore s ľudskou prirodzenosťou.

Kritika liberalizmu zo 16.12.2019 bola opäť iniciovaná kľúčovými

predstaviteľmi antisystémovej a extrémistickej scény, ktorí zastávali T.E.Rostasa, odsúdeného za hanobenie rasy, národa a presvedčenia. Proces s Rostasom bol totiž interpretovaný ako „besnenie liberálov“ (člen LSNS, 16.11.2019).

Ďalšou efektívnou formou diskreditácie liberalizmu ako legitímnej súčasť politického spektra je asociovanie liberalizmu so sexuálnymi deviáciami a cieľené vykresľovanie sexuálnych menšín ako nositeľov týchto deviácií. Liberalizmus sa údajne nepokúša o zrovnoprávnenie diskriminovaných jednotlivcov, ale o zvrátenú normalizáciu sexuálnych úchyliet s cieľom zničiť „tradičnú spoločnosť“.



Oligarchia & mainstreamové médiá, ktorým sa nedá veriť

Vplyv oligarchie na rozhodovacie procesy v slovenskej spoločnosti ako naratív vyvrcholil 12.02.2019 a 13.02.2019. Najčastejšie ho pretláčal L. Blaha v niekoľkých statusoch, v ktorých okrem iného tvrdí, že „ESET môže ovplyvňovať voľby“, že „o miliónároch z ESET-u môžeme pokojne a odborne hovoriť ako o oligarchoch“ a že „firmu ESET označilo Ministerstvo zahraničných vecí Ruskej federácie za prepojenú na americké tajné služby“.

Často je spomínaná aj finančná skupina Penta, najmä v kontexte jej údajného vplyvu na nezávislé médiá, ktoré sú na základe tohto prepojenia vykresľované ako nedôveryhodné. Tento uhol využíva aj Milan Uhrík vo svojom príspevku z 1.1.2020, kde tvrdí, že

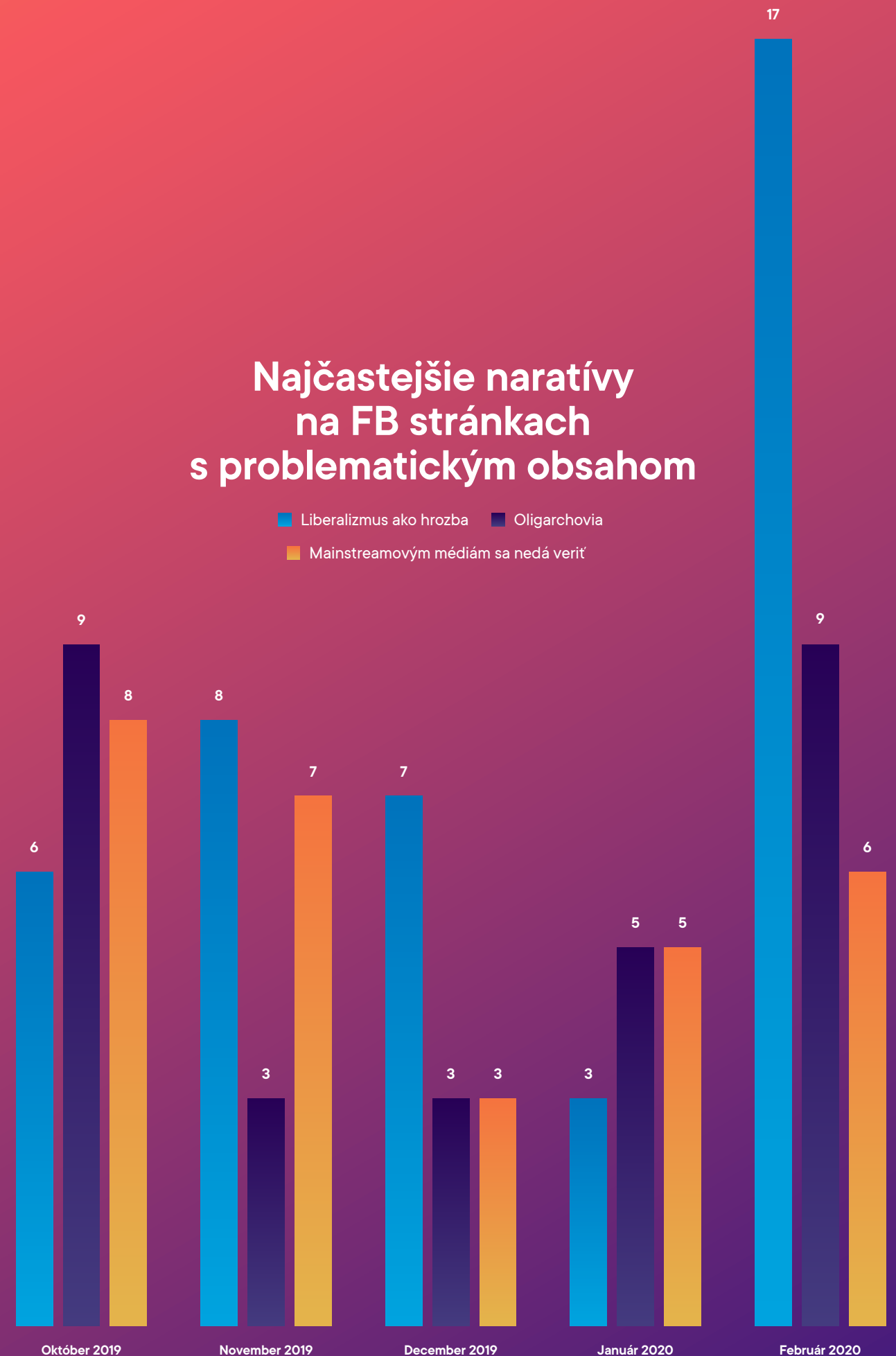
za extrémistov označujú stranu LSNS stokrát denne „oligarchovia a ich médiá“. Po útočení na liberalizmus boli naratívy o oligarchoch a ich údajnom prepojení na mainstreamové médiá druhé najdominantnejšie. V tejto kombinácii sú naratívy často opakované so zámerom oslabiť dôveru verejnosti v nezávislú investigatívnu žurnalistiku a podnietiť ich záujem o „alternatívne výklady“ skutočností sprostredkované problematickou časťou informačného spektra. Namiesto objektívnych informácií sa tieto výklady často opierajú o vyvolávanie strachu a podnecovanie nenávisťi, s bohatým využitím ad hominem útokov a pejoratívneho jazyka.

kandidát za Vlasť, 18.12.2019

„Skorumpovaná politická kasta a politikom podriadení a politikmi nasadení sudcovia a prokurátori sa snažia premeniť našu vlasť na diktatúru a totalitu. A veľmi účinne im v tom pomáha oligarchami skúpená liberálna tlač. Robia to postupne, plazivo a plíživo. Krôčik po krôčiku. Považujú nás za žaby a myslia si, že nás uvaria, že si to nevšimneme. Ale my sa nedáme, my im to nedovolíme!“

Najčastejšie naratívy na FB stránkach s problematickým obsahom

■ Liberalizmus ako hrozba ■ Oligarchovia ■ Mainstreamovým médiám sa nedá veriť



Zmienky o stranách

Zmienky o politických stranách v čase sme analyzovali v 30 najvirálnejších článkoch za každé monitorované obdobie. Pri porovnaní zmienok v čase je pri weboch štandardných médií vidieť väčšiu konzistentnosť s hlavnými témami a ich aktérmi počas kampane, naopak pri weboch s problematickým obsahom je vidieť väčšie nárazové odchýlky.

Na weboch štandardných médií bola najviac zmieňovaná strana LSNS v polovici januára po zverejnení prieskumu, v ktorom

sa strana Mariana Kotlebu ocitla na druhom mieste, a OĽaNO po víťazných voľbách. Strana Vlasť bola často spomínaná najmä na začiatku monitorovania, kedy Štefan Harabin oznámil založenie svojej strany a v súvislosti s tlačovou konferenciou v polovici novembra, kedy sa nedohodol na spolupráci s Marianom Kotlebom, ktorý následne demonštratívne odišiel z tlačovej konferencie. Strana OĽaNO mala výraznejšiu popularitu počas oznamovania svojej kandidátky a tiež pri videách odhaľovania schránkových firiem na Cypre z polovice februára.

Zmienky politických strán v čase na weboch štandardných médií

■ LSNS ■ Smer ■ OĽaNO ■ Za ľudí ■ Vlasť ■ PS/Spolu



25%

Strana LSNS bola na weboch s problematickým obsahom spomínaná o 25 % častejšie ako na weboch štandardných médií.

Pri weboch s problematickým obsahom je citeľná hlavne podpora pre LSNS, ktorá bola silná najmä vďaka zdrojom ako Magazin 1 alebo Prehľad Správ, ktoré často stavali stranu LSNS do centra pozornosti a vyhranili sa v prípade potreby aj voči stranám z rovnakého politického spektra. Kým pri štandardných médiách rezonovala téma spájania sa medzi Marianom Kotlebom a Štefanom Harabinom najmä pri spomínanej tlačovej konferencii, na weboch s problematickým obsahom boli virálne iba tie, ktoré hovorili o potenciáli spájania sa.

Vyhranenie sa voči Štefanovi Harabinovi nasledovalo až po výsledkoch volieb. Pomerne populárne boli aj články, ktoré nereagovali na konkrétne udalosti, ale propagovali Mariana Kotlebu a jeho stranu. Napriek tomu najvyšší počet zmienok za deň získala strana OĽaNO po výhre vo voľbách. V celkovom počte virálnych príspevkov bola **LSNS spomínaná približne o 25 % častejšie na weboch s problematickým obsahom než na weboch štandardných médií.**

20.1., Magazin 1

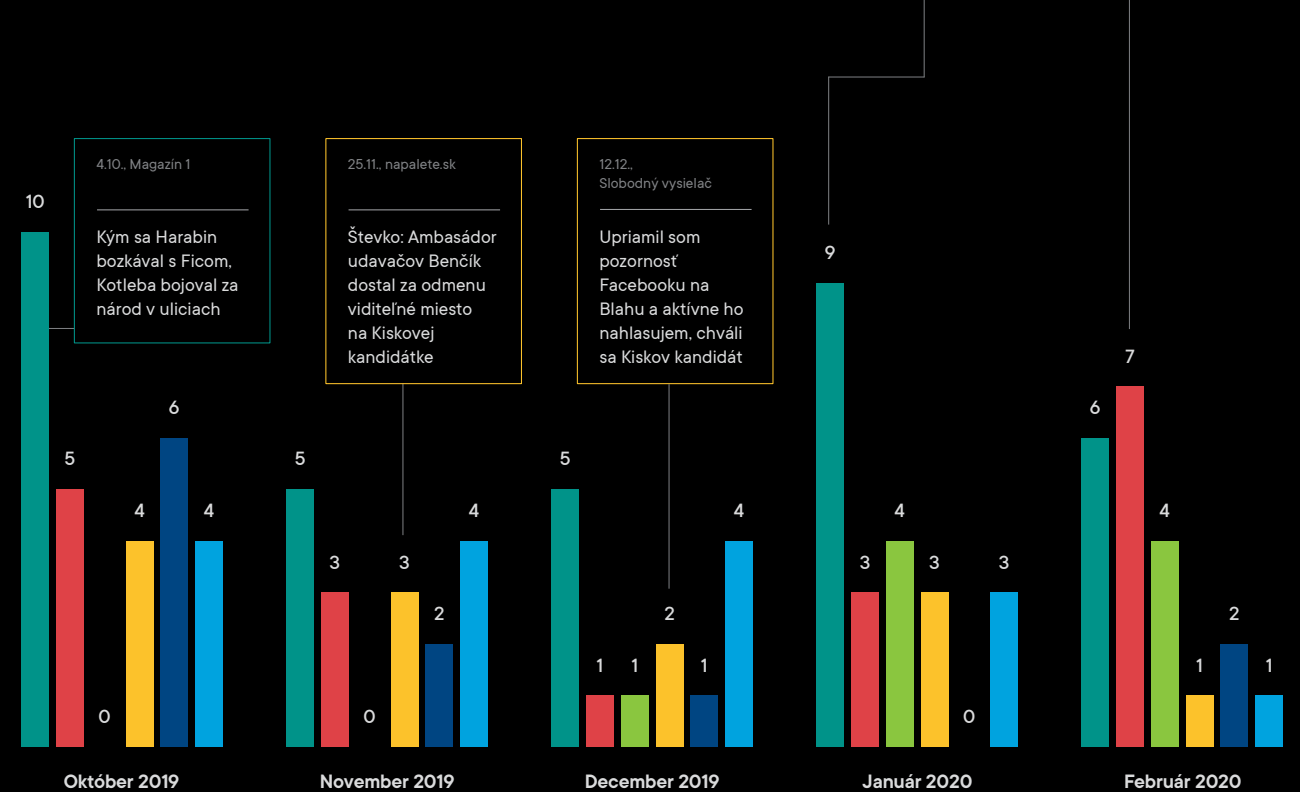
Hlas pre LSNS má vo voľbách najväčšiu silu a ukáže, ako sa dokážu spojiť aj „slušní“ s mafiou

22.2., Hlavné správy

Fico: Predčasné voľby sú pravdepodobné. Všetci si budú strčiť hlavy do chladničky a až potom sa stretnúť a hovoriť aká bude spolupráca

Zmienky politických strán v čase na weboch s problematickým obsahom

■ LSNS ■ Smer ■ OĽaNO ■ Za ľudí ■ Vlasť ■ PS/Spolu



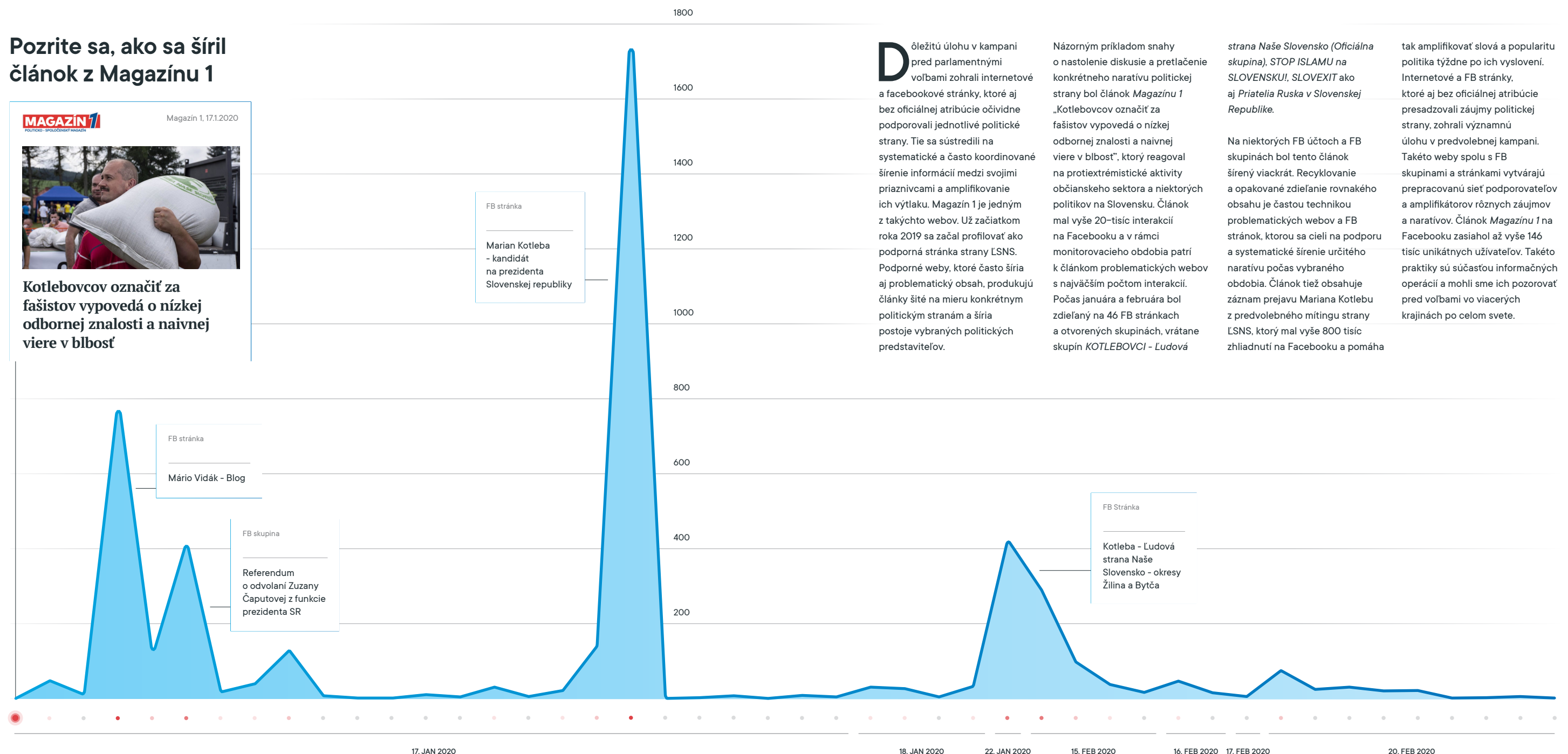


Ako sa obsah šíri na Facebooku

146 826

unikátnych užívateľov zasiahol článok Magazínu 1

Pozrite sa, ako sa šírili článok z Magazínu 1



Dôležitú úlohu v kampani pred parlamentnými voľbami zohrali internetové a facebookové stránky, ktoré aj bez oficiálnej atribúcie očividne podporovali jednotlivé politické strany. Tie sa sústredili na systematické a často koordinované šírenie informácií medzi svojimi priaznivcami a amplifikovanie ich výtlaku. Magazín 1 je jedným z takýchto webov. Už začiatkom roka 2019 sa začal profilovať ako podporná stránka strany ĽSNS. Podporné weby, ktoré často šíria aj problematický obsah, produkujú články šité na mieru konkrétnym politickým stranám a šíria postoje vybraných politických predstaviteľov.

Názorným príkladom snahy o nastolenie diskusie a pretlačenie konkrétneho naratívu politickej strany bol článok *Magazínu 1* „Kotlebovcov označiť za fašistov vypovedá o nízkej odbornej znalosti a naivnej viere v blbosť“, ktorý reagoval na protixtrémistické aktivity občianskeho sektora a niektorých politikov na Slovensku. Článok mal vyše 20-tisíc interakcií na Facebooku a v rámci monitorovacieho obdobia patril k článkom problematických webov s najväčším počtom interakcií. Počas januára a februára bol zdieľaný na 46 FB stránkach a otvorených skupinách, vrátane skupín *KOTLEBOVCI - Ľudová*

strana Naše Slovensko (Oficiálna skupina), STOP ISLAMU na SLOVENSKU!, SLOVEXIT ako aj *Priatelia Ruska v Slovenskej Republike*. Na niektorých FB účtoch a FB skupinách bol tento článok šírený viackrát. Recyklovanie a opakované zdieľanie rovnakého obsahu je častou technikou problematických webov a FB stránok, ktorou sa cieľi na podporu a systematické šírenie určitého naratívu počas vybraného obdobia. Článok tiež obsahuje záznam prejavu Mariana Kotlebu z predvolebného mítingu strany ĽSNS, ktorý mal vyše 800 tisíc zhladnutí na Facebooku a pomáha

tak amplifikovať slová a popularitu politika týždne po ich vyslovení. Internetové a FB stránky, ktoré aj bez oficiálnej atribúcie presadzovali záujmy politickej strany, zohrali významnú úlohu v predvolebnej kampani. Takéto weby spolu s FB skupinami a stránkami vytvárajú prepracovanú sieť podporovateľov a amplifikátorov rôznych záujmov a naratívov. Článok *Magazínu 1* na Facebooku zasiahol až vyše 146 tisíc unikátnych užívateľov. Takéto praktiky sú súčasťou informačných operácií a mohli sme ich pozorovať pred voľbami vo viacerých krajinách po celom svete.

Úloha Facebooku vo voľbách

Kvantum problematického obsahu

Z dostupných dát vyplýva, že najviac dezinformácií a problematického obsahu sa na Slovensku šíri na sociálnej sieti Facebook. Platforma Bibec.online aktuálne monitoruje 1550 FB stránok a skupín, z ktorých väčšina šíri problematický a zavádzajúci obsah.² Mnohé zo stránok majú oficiálnu atribúciu na konkrétne politické strany, no aj tie, čo atribúciu k strane nemajú, sa aktívne zapájajú a ovplyvňujú politický diskurz.

Aktivity Facebooku a ich snahy zamedziť šírenie hoaxov, dezinformácií a inak problematického obsahu, ktorý porušuje ich zásady správania, do

veľkej miery závisí od nezávislých fact-checkerov. Slovenský fact-checker bol zriadený len pár týždňov pred parlamentnými voľbami, čo považujeme za výrazne nedostatočné a neskoré opatrenie. Fact-checkerom pre SR (s približne 2,7 milióna aktívnych užívateľov Facebooku) je navyše jedna známa dedikovaná osoba z francúzskej spravodajskej agentúry AFP, ktorá nemá šancu zredukovať nenávisť a problematický obsah, ktorý sa šíri mesiace pred voľbami, ako dokazuje náš 5-mesačný monitoring.

² Aktuálna databáza portálu Bibec.online obsahuje a monitoruje 1825 FB stránok a skupín. Číslo 1550 nezahŕňa FB stránky, ktoré majú označenie politici/verejne činné osoby, politické strany a štátne inštitúcie.

Fact-checking v praxi

Úloha fact-checkera má spočívať v označovaní nepravdivých správ a dezinformácií, ktoré sa užívateľom následne majú zobrazovať menej. AFP má špeciálne dedikovanú stránku pre slovenský trh - fakty.afp.com, na ktorej zobrazuje príklady príspevkov šíriacich sa na slovenskom Facebooku, ktoré označili za nepravdivé. Mesiac od oznámenia spustenia fact-checkingu, t.j. 11.marca 2020, boli na stránke AFP dva príklady nepravdivých informácií identifikovaných AFP.



Prvý sa týka vznášajúceho sa guľového blesku nad koľajnicami a druhý údajnej mapy koncentrácie oxidu siričitého nad čínskym mestom Wu-chan, ktorá sa šíri v súvislosti s koronavírusom. Vzhľadom na množstvo nenávisťného obsahu, atakov a konšpirácií, ktoré sa šíria a šíri na sieti v súvislosti s voľbami mimo oficiálnych stránok politických strán a predstaviteľov, ostávajú dôvody za výberom práve týchto tém otázné. Po komunikácii s AFP sme dospeli k záveru, že zavedenie fact-checkingu pre SR v danom období neznamenalo snahu Facebooku o skvalitnenie obsahu pred voľbami, naopak, dátum spustenia s voľbami pravdepodobne nemal nič spoločné.

Rušenie stránok

Znáмым predvolebným prípadom rušenia problematických účtov na Facebooku bolo oznámenie z 26. februára o zablokovaní 7 stránok vrátane dvoch stránok Kulturblogu a stránok Magazínu 1 a Prehľad Správ. Blokovanie bolo iniciované na základe záveru Facebooku, že tieto stránky pomáhajú propagovať LSNS pred voľbami bez oficiálnej atribúcie so stranou. Facebook deklaroval, že pokiaľ dané stránky nepriznajú atribúciu k LSNS, ostanú zablokované.³

Žiadne zo spomínaných stránok k 11.3. obnovené neboli, odpoveďou

administrátorov však bolo promptné vytvorenie alternatív. Namiesto Kulturblogu bola v deň jeho zrušenia vytvorená nová stránka - Portál Kulturblog s viac ako 11-tisíc fanúšikmi k 11.marcu. Magazín 1 funguje pod názvom Svet Politiky. Obe tieto FB stránky, tak ako ich predchodcovia, neuvádzajú prepojenie na LSNS. Facebook teda opakovane nie je schopný zabezpečiť dodržiavanie vlastných pravidiel.

³ <https://dennikn.sk/1773184/facebook-zrusil-kulturblog-a-dalsie-stranky-ktore-pomahali-kotlebovom-v-kampani/>

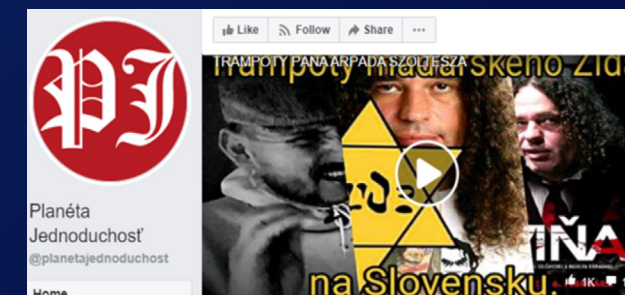


Nahlasovanie problematického obsahu, ktorý porušuje FB pravidlá, a dôvody na rozhodnutie zmať alebo ponechať jednotlivé FB stránky alebo príspevky sú neprehľadné. Užívateľ, ktorý nahlási problematický obsah FB administrátorom väčšinou len obdrží generickú správu o tom, že reportovaný obsah neporušuje komunitné štandardy FB, aj keď sa jedná o šikanu a nenávisťné prejavy voči jednotlivcom na základe ich údajnej alebo skutočnej príslušnosti k etnickej či názorovej skupine.

Príkladom takto nahláseného obsahu je video stránky Planéty Jednoduchost o Arpádovi Soltészovi s názvom „Trampoty maďarského Žida“, ktoré očividne

útočí na jeho údajný židovský a maďarský pôvod. Tento obsah bol reportovaný niekoľkokrát, no bez výsledku. Nahlasovanie falošných účtov či botov na FB je podobne beznádejné a dané účty môžu pokračovať vo svojich aktivitách vytvárania umelej podpory, zapájania sa do diskusií a amplifikácie vybraného obsahu. Už v novembri 2017 Denník N publikoval článok o nahlásení 74 falošných FB účtov, z ktorých bolo zrušených len 7.⁴ Na druhej strane, niektoré FB stránky a účty boli zrušené aj bez jasného udania dôvodu.

⁴ <https://dennikn.sk/941955/upozornili-sme-facebook-na-vyse-70-falosnych-profilov-reakcia-adminov-bola-velmi-zla/>



Málo transparentnosti

Nedostatočnú implementáciu vlastných pravidiel, ktoré mali priniesť väčšiu transparentnosť, možno pozorovať aj v súvislosti s FB reklamným systémom a sponzorovanými príspevkami. V rámci predvolebnej kampane a podpory politických strán cez spriaznené FB stránky a tretie subjekty sme sa stretli s prípadmi, kedy sponzorované príspevky neobsahovali informácie, že sa jedná o platenú reklamu aj napriek tomu, že to deklarovala FB knižnica reklám pre politickú inzerciu (FB Ad Library).

Taktiež existuje množstvo príkladov zo Slovenska, ako aj zo zahraničia, kedy boli údaje o platenej reklame z určitých stránok na FB Ad Library odstránené.⁵ Informácie o platenej reklame by však v knižnici reklám mali byť evidované sedem rokov.

⁵ <https://www.buzzfeednews.com/article/rorysmith/the-uk-election-showed-just-how-unreliable-facebook>

Odporúčania

#1

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.

#3

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 prehľadne kategorizovaný (napr. podľa súm či typu výdavkov).

#2

Regulačný mediálny orgán (Rada pre vysielanie a retransmisiu [RVR]) by mala aktívne dohliadať na vysielanie vo volebnej kampani a mala by 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.

#4

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 platforiem 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.

#5

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 vypočutí a následnej verejnej voľby.

#6

Vytvoriť dizigovaný FB 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.

#7

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

#8

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.

#9

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

#10

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

#11

V prípade zrušenia účtu alebo zmazania príspevku uviesť popri informácii o zrušení aj dôvody. Ľahšie sa tým predíde šíreniu konšpirácií o cenzúre zo strany FB.^[1]

^[1] Všetkých 6 bodov odporúčame implementovať v rámci krajín EÚ, t.j. za predpokladu, že v krajinách sú garantované práva a slobody jednotlivca, vrátane ochrany osobných údajov.

Vytvorenie systému indikátorov pre dôveryhodnosť jednotlivých stránok v kooperácii s médiami, ktorý by pomohol užívateľom rozlišovať medzi dôveryhodným a nedôveryhodným obsahom, ako aj zavedenie nezávislého auditu fungovania algoritmov sú odporúčania EEAS pre implementáciu Akčného plánu proti dezinformáciám, s ktorými sa plne stotožňujeme.

MEMO 98

www.memo98.sk

Autori



Ivan Godársky

Ivan Godársky získal titul magister práv na Univerzite Komenského v Bratislave (2001). Počas štúdií sa zúčastnil na programe Open Society Foundation „Street Law“ zameranom na zvýšenie právneho povedomia študentov a učiteľov. Od jej založenia v roku 1998 pracuje v slovenskej mimovládnej organizácii MEMO 98, ktorá sa zameriava na monitoring a analýzy médií, poradenstvo a súvisiacu technickú pomoc. Ako konzultant a školiteľ sa Ivan podieľal na mnohých domácich mediálnych a právnych iniciatívach, ako aj na zahraničných mediálnych projektoch v rámci rôznych medzinárodných organizácií (Rada Európy, EED, EPDE, EÚ, IMS, NED, NDI, OSI, alebo OSN). Okrem toho sa zúčastnil na takmer 40 volebných pozorovateľských misiách v rámci OBSE/ODIHR a EÚ, v poslednej dobe na Srí Lanke, v Severnom Macedónsku a Arménsku.



Marek Mračka

Marek je projektovým koordinátorom MEMO98 od vzniku organizácie v roku 1998 s ročnou prestávkou, kedy pracoval ako projektový manažér v organizácii Habitat for Humanity. Na medzinárodnej úrovni sa zapája do pozorovania volieb od roku 2001, a v rámci pozorovateľských misií OBSE a EÚ pracoval ako mediálny analytik, analytik sociálnych médií a zástupca šéfa pozorovateľskej misie. V posledných rokoch pôsobil hlavne na Balkáne a v Afrike. V rámci technickej pomoci v súvislosti s voľbami pracoval v Afganistane, Gruzínsku, Moldavsku a na Nauru.



Rastó Kužel

Rastó pôsobí ako riaditeľ MEMO 98 viac ako 20 rokov. Od roku 1999 pracoval ako mediálny analytik a konzultant pre rôzne medzinárodné organizácie, ako napr. OBSE, OSN, EÚ, IFES, NDI a ďalšie, predovšetkým v rámci volebných pozorovateľských misií, ktorých absolvoval približne 30. V rámci týchto misií mal možnosť sledovať mediálnu situáciu v Taliansku, Holandsku, Srbsku, Mjanmarsku, v Gruzínsku,

Rusku, Bielorusku, na Ukrajine, v krajinách strednej Ázie, Arménska, Azerbajdžanu, ale aj južnej Ameriky či Afriky. Okrem volebných pozorovateľských misií sa zúčastnil na viac ako 150 volebných a mediálnych projektoch v štruktúrach Rady Európy ako aj ďalších medzinárodných inštitúcií. V posledných štyroch rokoch sa intenzívnejšie venuje téme dezinformácií, propagande a taktiež monitoringu sociálnych médií počas volieb.

Tento projekt bol podporený zo strany National Endowment for Democracy (NED).

Autori kapitol spadajúce pod MEMO 98 (strany 8–19), ako ani NED, nenesú žiadnu zodpovednosť za informácie alebo stanoviská vyjadrené autormi kapitol spadajúce pod GLOBSEC (strany 18–31, 33).

Metodológia

Pozostáva s kvantitatívnej a kvalitatívnej analýzy vybraných mediálnych obsahov, pričom kvantitatívna analýza sleduje priestor venovaný sledovaným subjektom a spôsobu ich prezentácie. Kvalitatívna analýza sa orientuje na zaznamenávanie tzv. mediálnych efektov, teda správ kde absentujú základné kritéria profesionálnej žurnalistickej práce – relevancia, presnosť, transparentnosť, vecnosť, vyváženosť, rôznorodosť, aktuálnosť, zrozumiteľnosť a ďalšie.

Metodológia monitoringu je rozdelená na tri časti:

- televízie
- online médiá (weby)
- sociálne médiá

Televízie

Predmetom analýzy bola prezentácia kandidujúcich politických subjektov a vybraných inštitúcií (prezidentka a vláda SR) v hlavných spravodajských reláciách štyroch celoplošných televízií – RTVS, TA3, TV Joj a TV Markíza – počas šiestich týždňov kampane (14.1. – 24.2.2020), pričom sme sa zamerali na priestor a spôsob (pozitívny, neutrálny, negatívny), akým boli prezentovaní. Takisto sme analyzovali aj témy^[1] a kauzy/udalosti^[2] (v kontexte informácií o sledovaných subjektov). Jednotkou analýzy (unit of analysis) bola 1 sekunda. Okrem spravodajských relácií boli predmetom kvalitatívnej analýzy aj diskusné relácie Na hrane na TV JOJ, Na telo v TV Markíza, O 5 minút 12 v RTVS a V politike na TA3 (5.11.2019–23.2.2020).

Online médiá

Predmetom analýzy bola prezentácia uvedených politických subjektov v internetových portáloch – aktuality.sk, cas.sk, dennikn.sk, dnes24, dobronoviny.sk, hnonline.sk, pluska.sk, pravda.sk, sme.sk, topky.sk, vrátane médií

s problematickým obsahom, hlavnespravy.sk a hlavnýdennik.sk, počas štyroch týždňov kampane (27.1. – 24.2.2020), pričom sme sa zamerali na priestor venovaný týmto aktérom a spôsob, akým boli prezentovaní. Jednotkou analýzy bol jeden článok, pričom sme sa zamerali na tie sekcie, ktoré sa venovali volebnému, prípadne všeobecnému politickému obsahu. Súčasťou našej analýzy bola aj analýza naratívov^[3], ktoré priamo či nepriamo súviseli s voľbami. Ďalšími kritériami analýzy boli názorová vyváženosť (či bola dodržaná, alebo bola správa jednostranná), typ žánru (určovali sme, či ide o správu, investigatívnu, komentár, analýzu, interview atď.) ako aj autorstvo (či bol autor a zdroj uvedený).

Sociálne médiá

V rámci pracovnej skupiny, ktorú viedla organizácia Democracy Reporting International (DRI) a ktorej súčasťou bolo aj MEMO 98, sa nám podarilo vypracovať metodický koncept monitoringu sociálnych médií počas volieb. Ten sme spolu s podporou organizácie Civitates testovali počas monitoringu volieb v roku 2019 (v Rakúsku, Portugalsku, Poľsku a Rumunsku).

Predmetom analýzy bola prezentácia kandidujúcich subjektov počas takmer štyroch mesiacov obdobia predvolebnej kampane – od uverejnenia vyhlásenia volieb do NR SR (5.11.2019) do posledného predvolebného dňa (28.2.2020). Analýza zahŕňala Facebook a Instagram, kde sme sledovali aktivnosť (počet postov) ako aj interaktivitu (celkový počet reakcií, komentárov a zdieľaní) politických strán, ich lídrov a top kandidátov. Jednotkou analýzy bol jeden post, pričom dáta boli kvôli ustáleniu zozbierané a vyhodnotené najskôr po 3 dňoch od konca sledovaného

obdobia (pre účely finálnej správy po 14 dňoch) prostredníctvom platformy Crowdtangle.^[4]

Pri hodnotení aktivnosti politických aktérov na sociálnych sieťach je dôležité pripomenúť, že strany a kandidáti niektoré svoje príspevky propagujú pomocou platenej reklamy, čo má vplyv na ich dosah a čo môže posilňovať dojem 'úspešnosti'.

Predmetom analýzy na Facebooku boli verejne prístupné 'public pages'^[5], nie osobné profily:

Strany

Kandidujúce subjekty (pôvodných 25) a zároveň strany tvoriace súčasť niektorých kandidujúcich subjektov (OĽaNO a Kresťanská únia, NOVA, Zmena zdola, ako aj jednotlivé strany spoločnej strany Magyar Közösségi Összefogás – Maďarská komunitná spolupatričnosť, ktorú tvorí Strana maďarskej komunity – Magyar Közösség Pártja, Összefogás – Spolupatričnosť a Magyar Fórum – Maďarské fórum). Verejný profil (public page) malo 30 z celkových 31 politických strán a hnutí.^[6]

Kandidáti

Prvých 10 kandidátov z každej kandidátnej listiny, zároveň aj ostatní kandidáti, ktorí mali na svojich 'public pages' aspoň 10 tisíc followers, zároveň aj slovenskí poslanci v EP, ktorí spíňali podmienku 10 tisíc followers. Celkovo bolo analyzovaných 148 public pages kandidátov.

Konflikty v kampani; Internetová anketa OĽaNO; Diskreditácie videá proti A. Kiskovi; Rola význam médií a sociálnych sietí; Vplyv iných, nepolitických subjektov (cirkev, odbory apod.); Mimovládne predvolebné aktivity – všeobecne; Mimovládne predvolebné aktivity – protifašistické, anti-extremistické; Mimovládne predvolebné aktivity – mobilizačné; Podpora politikov zo zahraničia; Zahraničné aktivity ovplyvňujúce voľby; Protizápadná karta v kampani (anti-US, anti-EU); Pronuská karta v kampani a iné.

^[3] Definovali sme celkovo 14 základných a 55 sub-narátivov. K základným naratívom patrili nasledovné: Voľby; Slovenská identita; Konšpirácie a skryté záujmy mocných; EÚ; Migrácia; Tradičné hodnoty; Sloboda; Medzinárodné udalosti; LGBTI. Média; Fašizmus; Rómovia; Maľanský štát; Iné, presahové naratívy.

^[4] CrowdTangle (a social media analytics tool owned by Facebook) "tracks public posts on Facebook, Instagram and Reddit, made by public accounts or groups. The tool does not track every public account and does not track private profiles or groups, so this data is not representative of performance across the entire platform. The numbers shown here reflect public interactions (likes, reactions, comments, shares, upvotes and three second views), but do not include reach or referral traffic. It does not include paid ads unless those ads began as organic, non-paid posts that were subsequently "boosted" using Facebook's advertising tools. Because the system doesn't distinguish this type of paid content, note that some high-performing content may have had paid distribution. CrowdTangle also does not track posts made visible only to specific groups of followers."

^[5] Public pages, ktoré boli neaktívne od začiatku roka 2019, neboli brané do úvahy.

^[6] Pre účely analýzy sme do zoznamu zaradili oficiálne verejné stránky strán a hnutí. Strana Kotlebovci-LSNS má viac ako 60 stránok, vrátane okresných organizácií – do analýzy sme zaradili stránku LS Naše Slovensko v NR SR, ktorá má najväčší počet followers (sledovateľov).

^[1] Sledované témy zahŕňali 26 oblastí: armáda, doprava/infraštruktúra, ekonomika/biznis/hospodárstvo, havárie/nešťastia/prírodné katastrofy, charita, justícia/súdnictvo, korupcia, kriminalita/bezpečnosť, kultúra, médiá, menšiny, náboženstvo/cirkev, občianska spoločnosť, ombudsman, politika, poľnohospodárstvo, sociálna oblasť/spoločnosť, školstvo/veda, šport, verejná správa, voľby, zahraničie súvisiace a zahraničie nesúvisiace so SR, zdravotníctvo, životné prostredie a iné.

^[2] Kauzy sú aktuálne politicko-spoločenské udalosti, ktoré dominujú v sledovanom období (celkovo išlo o takmer 100 rôznych káz). V predvolebnom období sem zaraďujeme aj tematické oblasti ktoré súvisia s voľbami (tzv. volebné kauzy). Tieto zahŕňali nasledovné oblasti: Organizácia, všeobecné informácie; Voľba zo zahraničia; Kampaň – témy, posolstvá; Financovanie kampane; Volebné prieskumy; Predvolebné diskusie;

Autori



Katarína Klingová
senior analytička

Špeciálna vďaka patrí Tomášovi Forgonovi za pomoc s dátovou analýzou a vývojom metodológie.

Informácie nad rámec analýzy monitoringu spadajúce pod autorskú časť GLOBSEC-u sú aktuálne k 11.3.2020.



Miroslava Sawiris
analytička

GLOBSEC ani National Endowment for Democracy nenesú žiadnu zodpovednosť za informácie alebo stanoviská vyjadrené v tomto dokumente. Za všetok obsah zodpovedajú výlučne autori publikácie. Zároveň autori kapitol spadajúce pod GLOBSEC (strany 18 - 33) nenesú žiadnu zodpovednosť za informácie alebo stanoviská vyjadrené autormi kapitol spadajúce pod MEMO98 (strany 8 - 19).



Dominika Hajdu
analytička

Všetky příklady příspěvků uvedených v této publikácii sú doslovné prepisy alebo „screenshoty“ existujúcich príspevkov na internete. Autori sa v žiadnom prípade s týmito vyjadreniami nestotožňujú.



Richard Kuchta
koordinátor

z programu Strategickéj komunikácie

Kreatívny koncept a dizajn



Metodológia

Monitoring pokrýva obdobie od 1.10.2019 do 2.3.2020, ktoré bolo rozdelené do troch fáz:

1. 1.10.2019 - 15.11.2019
2. 16.11.2019 - 26.1.2020
3. 27.1.2020 - 2.3.2020

Zároveň pokrýva 5 databáz pozostávajúcich z **904 zdrojov**.

- 95 najnavštevovanejších webových a spravodajských portálov podľa zoznamu z medialne.trend.sk. Zo zoznamu boli vylúčené stránky, ktoré sú zaradené na zozname konspiratori.sk, pretože zámerom tejto databázy je monitorovať obsah, ktorý nie je odbornou verejnosťou považovaný za problematický. Taktiež boli vylúčené zo zoznamu stránky, ktoré neproduktujú vlastný obsah.

- 92 Facebookových stránok webových a spravodajských portálov.

- 52 webových stránok, ktoré pravidelne produkujú problematický (neseriózný, klamlivý, podvodný alebo propagandistický) obsah^[1]. Do tejto kategórie spadajú webové stránky, ktoré často imitujú legitímne spravodajstvo a žurnalistiku po vizuálnej stránke, zatiaľ čo ich obsah nespĺňa štandardy kvalitnej žurnalistiky. Tento zoznam vychádza primárne z databázy dostupnej na konspiratori.sk (aktuálny k 1.10.2019) a je doplnený o najvirálnejšie zdroje z databázy blbec.online, ktorých stránky na Facebooku majú svoj vlastný webový ekvivalent.

- 626 stránok na Facebooku vedených v databáze blbec.online ako aktívne stránky produkujúce obsah v slovenčine, okrem stránok zaradených v kategórii „Politici/verejne činné osoby“ a stránok bez kategórie. Druhé a tretie monitorovacie obdobie sa viaže

k stránkam vedeným na databáze k 31.1.2020 a prvé monitorovacie obdobie k stránkam vedeným na databáze k 30.9.2019.

- 39 otvorených skupín na Facebooku, identifikovaných prostredníctvom zdieľania najvirálnejších článkov z databázy 52 webových stránok produkujúcich problematický obsah.

Obsah databáz bol ďalej vyfiltrovaný slovami „voľby“ a „volieb“ a celkovým počtom interakcií na Facebooku. Do obsahového monitoringu bolo zahrnutých 30 príspevkov s najvyšším počtom interakcií v rámci každej databázy a za každé monitorovacie obdobie, zatiaľ čo údaje o výtlaku boli generované z maximálne 250 najvirálnejších príspevkov v každej kategórii za každé monitorovacie obdobie.

Generovanie zoznamov bolo vykonávané 3 dni po poslednom monitorovanom dni, aby bol vyhodnocovaný obsah s už ustáleným počtom interakcií.

Dáta boli zozbierané pomocou monitorovacích nástrojov Newswhip a Crowdtangle.

Kategorizácia najdôležitejších monitorovaných tém

Liberalizmus ako hrozba – koncept liberalizmu a liberálnej demokracie ako politického systému, ktorý je okrem iného založený aj na ochrane a posilňovanie osobnej slobody a práv jednotlivca^[3] je prezentovaný ako nebezpečenstvo ohrozujúce štát, spoločnosť, „tradičné hodnoty“ a pod. Tento koncept je často zbavený svojho pôvodného významu a zobrazovaný ako bližšie nešpecifikované nebezpečenstvo, bez udania dôvodu v čom má toto

riziko údajne spočívať. **Mainstreamovým médiám sa nedá veriť** – naratív, ktorý spochybňuje dôveryhodnosť štandardných mainstreamových médií prostredníctvom tvrdení, ktoré naznačujú ich údajnú zaujatosť a podriadenosť politickým, finančným a podnikateľským elitám.

Moratórium – téma zákazu publikovania prieskumov verejnej mienky o predvolebných preferenciách politických strán 50 dní pred konaním parlamentných volieb.

Oligarchia – naratív o vplyvných podnikateľských a finančných skupinách alebo členoch týchto skupín, ktoré zásadným spôsobom vstupujú do politického diania na Slovensku.

Zasahovanie do volieb – naratív spochybňujúci férový priebeh predvolebnej kampane a samotných volieb prostredníctvom údajného zasahovania do volebných procesov rôznymi aktérmi, napr. zahraničnými mocnosťami, mimovládnyimi organizáciami alebo zverejňovaním predvolebných prieskumov verejnej mienky.

Použité metricky

Počet interakcií – súčet všetkých emotikonov, komentárov a zdieľaní, ktoré daný post vygeneroval za určité obdobie.

Celkový počet interakcií – súčet všetkých interakcií za každý príspevok v danom monitorovacom období

Priemerný počet interakcií – súčet všetkých interakcií vydelený počtom príspevkov za určité obdobie alebo v určitej kategórii

^[1] Táto definícia je prevzatá z iniciatívy konspiratori.sk

^[2] Definícia podľa Transparency International: <https://www.transparency.org/what-is-corruption>

^[3] Definícia liberalizmu podľa Encyclopaedia Britannica: <https://www.britannica.com/topic/liberalism>

Poznámky

LIVE ●

2020

www.memo98.sk
www.globsec.org