

## STANOVISKO K ZÁKAZU POLITICKEJ PROPAGÁCIE V ŠKOLÁCH

Podľa § 151 ods. 2 školského zákona „**V školách a v školských zariadeniach sa zakazuje činnosť politických strán a politických hnutí a ich propagácia.**“.

Podľa § 151 ods. 3 školského zákona „V školách a v školských zariadeniach sa nepovoľuje reklama, ktorá je **v rozpore s princípmi a obsahom výchovy a vzdelávania** alebo ďalšími negatívnymi činnosťami spojenými s výchovou a vzdelávaním, reklama a predaj výrobkov ohrozujúcich zdravie, psychický alebo morálny vývin detí a žiakov.“.

Obsah výchovy a vzdelávania musí byť **ideologicky neutrálny**, čo znamená že na školách a školských zariadeniach je **zakázaná politická propagácia**, propagácia iných ideológií alebo propagácia náboženského presvedčenia.

Politickou propagáciou vo všeobecnosti je možné rozumieť určitú činnosť, ktorej cieľom je ovplyvňovať názory a postoje určitej skupiny ľudí v prospech konkrétnych politických strán, kandidátov alebo ideológií. „*Propagácia je systematická forma cielavedomého presvedčania, ktorá sa pokúša ovplyvňovať emócie, postoje, názory a činy určeného cieľového publika na ideologické, politické alebo komerčné účely.*“ [Guevara, A. (2013). Propaganda in Mexico's Drug War. Journal of Strategic Security, 6, 17.].

V rámci slovenského právneho poriadku je možné sa s legálnou definíciou politickej propagácie stretnúť v zákone č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách, kde pod týmto pojmom sa podľa ustanovenia § 98 ods. 2 rozumie verejné oznámenie určené na „**podporu politickej strany, politického hnutia, člena politickej strany alebo člena politického hnutia alebo kandidáta, prípadne v ich prospech alebo neprospech pri volebnej kampani,**“ . Táto definícia je však určená na účel tohto zákona, avšak je možné aj z nej rámcovo vychádzať.

V právnom poriadku je možné sa stretnúť aj s obsahovo podobným pojmom v zákone č. 181/2014 Z. z. o volebnej kampani, a to s pojmom „volebná kampaň“. Podľa § 2 ods. 1 tohto zákona volebná kampaň predstavuje akúkoľvek „*činnosť politickej strany, politického hnutia, koalície politických strán a politických hnutí a kandidátov, za ktorú sa obvykle platí úhrada, smerujúca k propagácii ich činnosti, cieľov a programu za účelom získania funkcie volenej podľa osobitného predpisu. Rozumie sa tým činnosť v prospech aj v neprospech subjektov podľa prvej vety.*“. Uvedená definícia je v prípade politickej propagácie na školách použiteľná taktiež len rámcovo.

**Ako samostatná kategória politickej propagácie je propagácia v školách**, keďže je zameraná na špecifický okruh ľudí, predovšetkým žiakov, ktorí sú v tomto ohľade zraniteľnejší, ako bežná dospelá populácia. „*Politická propagácia v škole zahŕňa politickú indoktrináciu, politickú socializáciu a politické vzdelávanie, pričom skutočne otvorené a demokratické politické vzdelávanie nie je veľmi bežné.*“ [Harber, C. (1991). Medzinárodné kontexty politického vzdelávania. Prehľad vzdelávania, 43, 245-255.]. Z uvedeného tak vyplýva, že politická propagácia na školách predstavuje presadzovanie určitých názorov **bez snahy o zabezpečenie kritickej diskusie, ktorá by viedla k rozvíjaniu kritickeho myslenia.**

**Účelom procesu výchovy a vzdelávania, je budovanie pluralitnej a demokratickej občianskej spoločnosti**, pričom hlavnú úlohu pri napĺňaní tohto účelu zohrávajú školy, ako výchovno-vzdelávacie inštitúcie. Školy preto musia proces výchovy a vzdelávania uskutočňovať **v súlade s princípom ideologickej neutrality, ktorý vyplýva aj z čl. 1 ods. 1 Ústavy Slovenskej republiky**, podľa ktorého sa Slovenská republika neviaže na žiadne náboženstvo a ideológiu. Štát musí ochraňovať a zároveň aj budovať pluralitnú demokratickú občiansku spoločnosť. [Pozri bližšie OROSZ, L, SVÁK, J. Ústava Slovenskej republiky. Komentár Zväzok I. ( základné princípy a slobody). Bratislava: Wolters Kluwer, 2021, s. 32.].

**Na základe uvedeného, je účelom ustanovení § 151 ods. 2 a 3 školského zákona zabezpečenie úplnej apolitickosti škôl.** Podľa komentára k školskému zákonu *„škola a školské zariadenie vystupuje ako apolitická vzdelávacia inštitúcia zabezpečujúca výchovu a vzdelávanie detí od útleho veku. Vzhľadom na náročnosť úloh vzdelávacej inštitúcie, ktorá formuje osobnosť človeka a svojím spôsobom ovplyvňuje vnímanie hodnôt, musí byť izolovaná od akéhokoľvek zásahu a jej využívania na propagáciu a ciele politických strán alebo politických hnutí.“*

#### **A. Zákaz činnosti politických strán a politickej propagácie na školách**

**Z pohľadu účelu** ustanovenia § 151 ods. 2 školského zákona je potrebné vychádzať zo širšieho rámca toho, že na školách **sa zakazuje akákoľvek politická propagácia, vrátane propagácie politikov alebo kandidátov do politických funkcií, napríklad aj kandidátov na funkciu prezidenta alebo funkciu predsedu samosprávneho kraja, či starostu obce.** V tomto ohľade nie je možné rozlišovať na jednej strane medzi kandidátmi na politické funkcie, ktorí kandidujú buď ako členovia politických strán alebo s podporou politických strán a na druhej strane medzi tzv. „občianskymi kandidátmi“, bez príslušnosti k niektorej z politických strán, **keďže v takom prípade by mohlo ísť o nerovnaký prístup ku kandidátom na rovnakú funkciu.**

Z hľadiska účelu ustanovenia § 151 ods. 2 školského zákona **nie je dovolená taká aktivita, ktorej cieľom je priame navádzanie na podporu konkrétnej politickej strany alebo kandidáta**, či už z radov **pľnoletých žiakov, ale aj budúcich voličov**, ich rodinných príslušníkov alebo zamestnancov školy, **prostredníctvom politickej agitácie.** Za takéto aktivity je možné označiť napríklad komentovanie aktuálnej politickej situácie, prípadne politických aktivít iných politických subjektov alebo kandidátov.

Pokiaľ je obsahom politicky neutrálna diskusia bez akejkoľvek politickej agitácie, tak takýto prejav **nepadá do politickej propagácie.** Je na konkrétnom politikovi, aby dokázal ustriechnúť priebeh debaty a sám sa zdržal takého obsahu, ktorý by už predstavoval politickú agitáciu. Avšak existuje aj **zodpovednosť prítomných zamestnancov školy zabezpečiť apolitický priebeh diskusie.**

Zákaz akejkoľvek prítomnosti politikov, napríklad aj aktuálnych alebo bývalých ústavných činiteľov na školách, by však už bol nad rámec ustanovenia § 151 ods. 2 školského zákona. Dokonca je možné prítomnosť politikov na školách, **za predpokladu zdržania sa politickej**

**agitácie**, považovať za žiaducu v rámci výchovy a vzdelávania, ktorej cieľom by malo byť práve budovanie pluralitnej a demokratickej spoločnosti. Dôvodom je, že školy majú kľúčovú úlohu pri vzdelávaní žiakov aj v oblasti občianstva, pričom neopomenuteľnou súčasťou tohto vzdelávania by mala byť aj **kritická diskusia** s osobami, ktoré formujú verejné dianie.

Zároveň je potrebné **individuálne posudzovať** jednotlivé prípady návštev škôl zo strany politikov, či ich účelom je naozaj len politicky neutrálna diskusia **alebo je účelom predovšetkým politická propagácia (napríklad na účel kampane)** a diskusia so žiakmi je len prostriedok zviditeľnenia sa.

V tomto kontexte je však **potrebné vziať do úvahy aj čas návštevy školy**, keďže **je rozdiel ak nejaký politik navštívi školu počas prebiehajúcej kampane alebo mimo nej**. V čase prebiehajúcej kampane je tak potrebné obzvlášť citlivo vyhodnocovať program návštevy politika a vo všeobecnosti by bol najsprávnejší prístup, ak by sa **počas tohto obdobia takéto návštevy politikov na školách neuskutočňovali**.

Avšak **nie je ani prípustné využívanie priestorov škôl a diskusií so žiakmi na politickú propagáciu** (hoci by bol obsah navonok politicky neutrálny), napríklad prostredníctvom propagačných obrázkov alebo videí, ktoré sú používané v rámci politickej aktivity alebo volebnej kampane. **Ak nejaký kandidát alebo politik publikuje na sociálnych sieťach zábery z diskusie na škole, ktoré využíva v rámci svojej volebnej kampane, tak aj toto je možné považovať za narušenie princípu apolitickosti škôl**.

### **B. Zákaz politickej a inej ideologickej reklamy na školách tretími stranami**

So zabezpečením apolitickosti a neutrality škôl súvisí aj zákaz propagácie politických strán, kandidátov alebo iných ideológií aj zo strany iných subjektov ako priamo politických strán alebo kandidátov.

Tak ako výchovno-vzdelávací proces musí byť v súlade s princípmi a cieľmi výchovy a vzdelávania, aj organizovanie prednášok, diskusií alebo aj rozdávanie vzdelávacích materiálov v školách **tretími stranami**, napr. neziskovými organizáciami alebo inými externými subjektmi **musí dodržiavať príkaz apolitickosti a ideologickej neutrality škôl**.

Politickú reklamu je možné definovať ako reklamu, ktorej *„ústredným bodom je marketing myšlienok, postojov aj obáv o veciach verejných, zahŕňajúci politické koncepcie a politických kandidátov. Základnou úlohou politickej reklamy je získať dôveru ľudí a ovplyvniť ich hlasovanie. Politická reklama nesie morálne dôsledky, pretože sú ďalekosiahlejšie a ovplyvňujú obyvateľstvo ako celok.“* (BAČÍK, R., FEDORKO, R., HAJDUKOVÁ, K. Politický marketing ako strategická komunikácia zameraná na vybrané cieľové skupiny. Prešov: Bookman, 2014, s. 28.).

Takáto reklama, ktorej cieľom je ovplyvňovať verejnú mienku, je v prostredí škôl obzvlášť citlivá, pričom jej autorom nemusia byť len politické subjekty. **Školy predstavujú konkrétny segment cieľovej skupiny, na ktorú je možné politicky alebo ideologicky pôsobiť určitým spôsobom a prispôbiť tomu aj konkrétnu formu propagácie**.

*„Segmentácia je založená na rozdelení voličov podľa rady sociálno-demografických kritérií, ako sú napríklad vzdelanie, vek, rodinný stav, bydlisko alebo príjmy. Kľúčovým cieľom tohto procesu je efektívne a účinne uľahčiť subjektom súťaže, aby mohli osloviť svojou politickou ponukou jasne špecifikované sociálne skupiny. Správne použitie trhu je teda založené na vhodnom určení jednotlivých zložiek – segmentov politického trhu a na ich objektívnom zhodnotení.“* ( JABLONSKI, W a kol. Politický marketing, úvod do teórie a praxe, Barrister & Principal 2006, s. 21). A práve **žiaci na školách predstavujú jasne definovaný segment** z pohľadu veku, rodinného stavu, bydliska, ale predovšetkým z pohľadu dosiahnutej určitej úrovne vzdelania a možnosti rozlišovať, čo je skutočné vzdelávanie alebo agitácia. **Na žiakov tak vedia subjekty vykonávajúce politickú alebo inú reklamu veľmi účinne cieľiť**, hoci stále platí, že neploletí žiaci sú zatiaľ len budúci voliči.

**Cieľom politickej reklamy v školách totiž nie sú len žiaci samotní, ale nepriamo aj ich rodinní príslušníci, prípadne aj zamestnanci školy.**

**Je na zodpovednosti škôl, aby vedeli o obsahu a priebehu podobných aktivít, rovnako aj o pozadí subjektov, ktoré takéto činnosti na školách organizujú.** Zároveň majú školy citlivo vyhodnocovať, či takéto aktivity budú apolitické.

Pokiaľ by nejaký externý subjekt do škôl rozširoval materiály alebo organizoval prednášky a diskusie, ktorých obsahom je politické ovplyvňovanie mienky žiakov **bez zaručenia plurality názorov a nestrannosti**, tak takéto konanie by bolo v rozpore nie len s princípmi výchovy a vzdelávania, ale aj s § 151 ods. 3 školského zákona. **Závažnosť takéhoto konania je obzvlášť dôležité posudzovať v čase prebiehajúcej volebnej kampane.**

Na druhej strane, pokiaľ organizácia podobných podujatí na školách alebo distribúcia študijných materiálov, ktorých obsahom je vzdelávanie v oblasti občianstva, všeobecného prehľadu alebo podpora kritického myslenia, je v súlade s princípmi výchovy a vzdelávania a zaručuje hodnoty pluralitnej a demokratickej občianskej spoločnosti, tak takéto aktivity **sú želanou súčasťou výchovno-vzdelávacieho procesu.**