

Recenzovali: prof. Dr. Štefan Volner, PhD.
Ing. Michal Fabuš, PhD.
PhDr. Vladimír Srb, PhD.

Publikace vychází díky podpoře grantové agentury VŠEMVS v Bratislavě (project IGP 8/07-GA Politický a ekonomický vývoj v ČR a SR po roku 1993) a pana Ing. Filipa Bušiny, MBA

Viera CIBÁKOVÁ, Ján LIĎÁK a kol.:

ČESKÁ A SLOVENSKÁ REPUBLIKA PO ROCE 1993: EKONOMICKÝ A POLITICKÝ VÝVOJ

Ediční řada MONOGRAFIE

Vydavatel: Nezávislé centrum pro studium politiky, Academia Rerum Civilium – Vysoká škola politických a společenských věd, s.r.o.
Ovčárecká 312, 280 02 Kolín V
Tel.: 321 734 711 Fax: 321 734 720 E-mail: ncsp@vspsv.cz

Vytiskl: TRIBUN EU, Brno

Vydání: První

Počet stran: 300

ISBN 978-80-86879-36-9

OBSAH

Obsah	2
Předmluva	4
EKONOMICKÝ VÝVOJ V ČR A SR PO ROCE 1993	6
Viera Cibáková, Ľuboš Cibák POSTAVENIE, PROBLÉMY A ÚLOHY VYSOKÉHO ŠKOLSTVA V SLOVENSKEJ REPUBLIKE A V ZJEDNOTENEJ EURÓPE	8
Mikuláš Sedlák VÝVOJ HOSPODÁRSTVA, SOCIÁLNEJ SFÉRY A ĽUDSKÝCH ZDROJOV SR V ROKOCH 1991-2010	30
Viliam Kováč HOSPODÁRSKY ROZVOJ ČESKEJ A SLOVENSKEJ REPUBLIKY V OBDOBÍ ROKOV 1993-2010 V KOMPARÁCII S EURÓPSKOU ÚNIOU	61
Helena Strážovská, Ľubomíra Strážovská PODNIKANIE FORMOU MALÝCH A STREDNÝCH PODNIKOV NA SLOVENSKU	79
Juditá Táncošová PRIAME ZAHRANIČNÉ INVESTÍCIE A ICH VÝVOJ OD ROKU 1993 V PODMIENKACH SR A ČR	133
Dušan Paulík VÝVOJ SLOVENSKEJ BANKOVEJ SÚSTAVY V ROKOCH 1993 – 2009	157
POLITICKÝ VÝVOJ V ČR A SR PO ROCE 1993	170
Ján Líd'ák SYSTÉM POLITICKÝCH STRÁN A JEHO FORMOVANIE V SLOVENSKEJ REPUBLIKE V ROKOCH 1993 – 2010	172
Radoslav Štefančík OD OKRÚHLYCH STOLOV V TELEVÍZII DO VIRTUÁLNEHO SVETA INTERNETU. VÝVOJ PREDVOLEBNEJ KAMPANE V SLOVENSKEJ REPUBLIKE	203
Stanislav Filip VÝVOJ BEZPEČNOSTNÉHO SYSTÉMU SLOVENSKEJ REPUBLIKY A ČESKEJ REPUBLIKY PO ROKU 1993	224

OD OKRÚHLYCH STOLOV V TELEVÍZII DO VIRTUÁLNEHO SVETA INTERNETU. VÝVOJ PREDVOLEBNEJ KAMPANE V SLOVENSKEJ REPUBLIKE

RADOSLAV ŠTEFANČÍK

Úvod

Dôležitý determinant vo vývoji predvolebnej kampane v parlamentných demokraciách západnej Európy predstavovala intenzita vzťahu medzi voličmi a politickou stranou. Čím bol tento vzťah intenzívnejší, o to menej úsilia a finančných prostriedkov vkladali politické strany do predvolebných kampaní. A naopak, s postupom času, kedy sa začali tradičné väzby elektorátu na politické strany uvoľňovať, čo sa odrazilo na raste voličskej fluktuácie, nadobúdala aj predvolebná kampaň dôležitejšiu úlohu pri mobilizácii voličov. Na základe postupne meniaceho sa vzťahu medzi voličmi a politickou stranou, ale aj na základe modifikácie organizačnej štruktúry stranických subjektov, a napokon aj na základe technického a technologického vývoja autori skúmajúci vývoj predvolebných kampaní kategorizovali spravidla tri vývojové štádiá predvolebných kampaní: premodernú, modernú a postmodernú, resp. profesionalizovanú.⁴¹

Lenže takúto typológiu je možné pozorovať len v prípade štátov západnej Európy a nie bývalých stredoeurópskych satelitov Sovietskeho zväzu. Aj Slovenská republika kvôli prerušeniu prirodzeného vývoja stranickej súťaže komunistickým pučom v roku 1948 a nastoleniu „diktatu proletariátu“ s viac než 40 ročnou záručnou dobou, nemá za sebou skúsenosť prirodzeného vývoja súťaživého stranickeho systému, a preto nie ani predvolebných kampaní. Prostredne, tzv. moderné štadium predvolebným kampaní, ktoré sa v krajinách západnej Európy (a USA) datuje od päťdesiatych rokov dvadsiateho storočia a trvá približne do začiatku deväťdesiatych rokov, nie Slovensko, ale celý bývalý komunistický blok obišlo. Pozostatky tohto obdobia niesli kampane politických strán v prvých slobodných voľbách v roku 1990 a o dva roky neskôr v roku 1992. V tomto období sa však už v Spojených štátoch amerických, v kampani Billa Clintona, formovalo nové vývojové štadium predvolebnej kampane – profesionalizované rýchlo, aj vďaka poradcom z predvolebnej kampane tímov kandidátov na amerického prezidenta, sa preneslo na európsky kontinent do podmienok rôznych politických systémov, čoho dôkazom je profesionalizovaná kampaň Tonyho Blaira vo Veľkej Británii v roku 1997 a v roku 1998 aj predvolebná kampaň Gerharda Schrödera v Nemecku a následne kampane v ostatných západných demokraciach.⁴²

Vývoju predvolebnej kampane sa venuje aj nasledujúci text. Je založený na predpoklade, že techniky a metódy profesionalizovanej predvolebnej kampane našli rýchlo uplatnenie aj v podmienkach Slovenska. Práve absencia dlhodobo ukotvených vzorcov voličského správania, vznik nových systémov v pomerne krátkom časovom období, ale aj rýchle technologické dobiehanie za krajinami západnej Európy boli hlavnými predpokladmi pre rýchle sa prispôsobovanie v metódach a technológiach predvolebnej kampane aj na Slovensku. Okrem uvedených nepolitických faktorov ovplyvňovala vývoj predvolenej kampane aj podoba politického systému. Rozhodujúci inštitucionálny faktor poslúžil profesionalizáciu kampaní tvorí v podmienkach Slovenska parlamentná forma vlády, možnosť preferenčného hlasovania a jeden volebný obvod, ktorý výrazne napomáha centralizácii politických strán.

Úlohou článku je predstaviť metódy a nástroje profesionalizovanej volebnej kampane a ich využitie vo vybraných obdobiach v podmienkach Slovenska. Text nie je metodologicky postavený na diachrónnej komparácii jednotlivých predvolebných kampaní v období 1993 – 2012. Takýto postup

⁴¹ Pozri Römmele, A. (2005): *Direkte Kommunikation zwischen Parteien und Wählern. Professionalisierte Wahlkampftechnologien in den USA und in der BRD*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

⁴² Pozri Bretschneider, F. (2002): *Spitzenkandidaten und Wahlerfolg*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

presiahol rámec celej publikácie. Hlavnú metódu spracovania textu predstavuje analýza využitia vybraných nástrojov a techník predvolebných kampaní na pozadí inštitucionálnych zmien. K skúmaným metódam predvolebných kampaní patrí personalizácia, negatívna kampaň a používanie internetu. Skúmané obdobie nie je vybrané len v závislosti od dohody autorov tejto monografie, ale aj od postupného pretvárania metód politickej komunikácie. Práve rok 1994 je považovaný za rok, kedy sa funkcionármi HZDS začali využívať nové formy predvolebných kampaní, v ktorej začínali získavať na atraktívnosti politici typu showmana a namiesto pre diváka často nezáživných diskusií sa v politickej komunikácii začali využívať viac obrazy, farby, zvuky a emócie.⁴³ Uvedené voľby boli zaujímavé aj z iného pohľadu. Práve v tomto roku bol zaznamenaný nárast finančných prostriedkov vynaložených na kampaň, ako aj aktívnejšie zapojenie reklamných agentúr pri ich príprave a realizácii.⁴⁴ To však samozrejme ešte nestačí na označenie kampane prílastkom profesionalizovaná. Tá sa objavuje až na prelome dvoch tisícročí s rozvojom nových technológií a konsolidácií parlamentnej demokracie.

Teoretické východiská výskumu predvolebných kampaní

Predvolebná kampaň je v súčasnom období neodmysliteľnou súčasťou politickej komunikácie, dokonca predstavuje vrchol komunikačných stratégii politických strán. Hoci sú časové a v niektorých štátach aj finančné ohraničenia predvolebných kampaní presne vymedzené legislatívou, zvyčajne platí, že udržiavacia kampaň začína už po vyhlásení volebných výsledkov a mobilizačná spravidla začne oveľa skôr, než dovoľuje zákon o voľbách, a to s spravidla vyšším rozpočtom ako je legálne prípustné.

Predvolebné kampane neboli samozrejmost'ou od vzniku prvých politických strán, ale sa začali vyvíjať až s rozšírením volebného práva na pôvodne neprivilegované sociálne vrstvy v druhej polovici 19. storočia. Charakter organizácie politickej strany a jej napojenie na voličskú základňu pre vývoj predvolebných kampaní postupne doplnila technologická revolúcia, ktorej výdobytky umožnili odstrániť problémy s časovými a geografickými prekážkami. Zároveň umožnili vynechať z kampaní členskú základňu a dôležitú časť povinností prenesli na profesionálne agentúry. Tak, ako sa postupne menila spoločnosť, vzťah obyvateľov k politickým strán a napokon, tak ako sa menil technologický pokrok, prechádzali zmenami aj predvolebné kampane.

V závislosti od jednotlivých kritérií sa v literatúre stretнемe s viacerými typológiami predvolebných kampaní. Keďže centrálou tému tohto textu je vývojové hľadisko kampaní, ako vhodné sa ukazuje predstaviť koncept nemeckej autorky Andrey Römmele, ktorá skúmaním vzťahu medzi vývojovými štádiami politických strán a predvolebných kampaní definuje tri základné typy predvolebnej kampane: predmodernú, modernú a postmodernú (professionalizovanú) predvolebnú kampaň.⁴⁵ V prvom – *predmoderном štádiu* – vývoja predvolebných kampaní obmedzené volebné právo a s tým spojený elitný charakter politickej strany nenútil aktérov uvažovať nad politickou komunikáciou. V tomto štadiu dominovala osobná komunikácia medzi členmi strany, resp. ich sympatizantmi. Členovia parlamentov sa so svojimi sympatizantmi stretávali skôr v uzavretých spoločnostiach, než na verejných priestranstvách. Až po rozšírení volebného práva na konci 19. storočia hľadali politici spôsoby komunikácie so širšou verejnosťou. Strany tohto obdobia boli však úzko napojené na jednotlivé socio-ekonomicke segmenty v spoločnosti (napr. robotnícky, agrárny, konfesionálny, mestský, vidiecky, obyvateľstvo na periférii alebo v politicko-kultúrnom centre), nehľadali preto voličov v skupinách s odlišnou sociálne a ekonomicky vyjadrenými charakteristikami. Hlavný komunikačný prostriedok tvorila dobre vybudovaná organizácia strany s masovou členskou základňou na regionálnej a miestnej úrovni. Prostredníctvom osobnej komunikácie členov strany s ich blízkymi v rodine a na pracovisku posúvali svoje politické poslania smerom k verejnosti. Sociálne siete

⁴³ Pozri Školkay, A. (1994): Vplyv masmédií na výsledky parlamentných volieb v roku 1994. In: Szomolányi, S.; Mesežník, G. (eds.): *Slovenské voľby 1994*. Bratislava: Slovenské združenie pre politické vedy, s. 186-205, tu s. 191.

⁴⁴ Pozri Košta, J. (1994): Niektoré charakteristiky volebnej kampane pre parlamentné voľby 1994. In: Szomolányi, S.; Mesežník, G. (eds.): *Slovenské voľby 1994*. Bratislava: Slovenské združenie pre politické vedy, s. 181-185.

⁴⁵ Pozri Römmele, A. (2005): *Direkte Kommunikation zwischen Parteien und Wählern. Professionalisierte Wahlkampftechnologien in den USA und in der BRD*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.