

NIEKTORÉ ASPEKTY MEDIÁLNEJ PREZENTÁCIE VYBRANÝCH KANDIDÁTOV/-OK V PREDVOLEBNEJ KAMPANI V PREZIDENTSKÝCH VOĽBÁCH NA SLOVENSKU V ROKU 2009

Erik Milec

Abstrakt

Akt volieb je v demokratických krajinách zásadným a špecifickým nástrojom a mechanizmom, prostredníctvom ktorého sa politici a ich voliči podieľajú na tvorbe politického života, systému a diania v danej spoločnosti. Obe strany však musia spíňať vopred stanovené podmienky a rešpektovať pravidlá danej spoločnosti, ktoré súvisia s korektnou realizáciou volebného aktu. Je tiež potrebné poznamenať, že volieb sa okrem politikov a voličov zúčastňujú výrazným spôsobom aj tretie strany (charakteristické rozličnou mierou aktivity) – médiá, rôzne záujmové skupiny nepolitického charakteru vystupujúce v prospech alebo neprospech určitého politika či politického subjektu a ďalšie subjekty (zahraniční politici, osobnosti kultúrnej a športovej sféry atď.).

Hlavným cieľom príspevku je analyzovať spôsob, akým boli v médiách prezentovaní vybraní prezidentskí kandidáti a tiež spôsob a metódy ich sebareprezentácie. Taktiež potvrdiť, resp. vyvrátiť niektoré rodové stereotypy (napr. zvyčajná profesijná orientácia mužských kandidátov a rodinná ženských kandidátok), ako i poukázať na ich preferované témy. Ale aj stereotypy spojené so zobrazovaním kandidátov jednotlivými denníkmi (Pravda a SME) v závislosti od ich politickej orientácie a hodnotového systému. A v neposlednom rade stereotypy vystupujúce v kampani s ohľadom na dichotómiu úradujúci kandidát vs. vyzývateľ. V tomto kontexte sa ako najvhodnejšie javí porovnanie prezentácie dvoch favoritov prezidentských volieb – Ivana Gašparoviča a Ivety Radičovej. Nielen preto, že im médiá ako favoritom venovali najväčší priestor, ale aj preto, že práve títo kandidáti predstavujú výrazné protiklady (úradujúci kandidát vs. vyzývateľ; muž vs. žena; kandidát s komunistickou minulosťou vs. nekomunista; koalíčný vs. opozičný kandidát). Preto sa v prevažnej miere budeme zaoberať práve týmito dvoma kandidátmi.

Kľúčové slová

reprezentácia – prezident Slovenskej republiky – voľby – gender – médiá – stereotypy – mediálne vlastníctvo

ÚVOD

Hlavným cieľom príspevku je analýza mediálnej prezentácie vybraných prezidentských kandidátov a tiež spôsob a metódy ich sebareprezentácie. Našou snahou je taktiež potvrdiť, resp. vyvrátiť niektoré rodové stereotypy (napr. zvyčajná profesijná orientácia mužských kandidátov a rodinná ženských kandidátok), poukázať na ich preferované témy, ale aj stereotypy spojené so zobrazovaním kandidátov jednotlivými denníkmi (Pravda a SME) v závislosti od ich politickej orientácie a hodnotového systému.

A v neposlednom rade sa budeme venovať stereotypom vystupujúcim v kampani s ohľadom na dichotómiu – úradujúci kandidát vs. vyzývateľ.

V tomto kontexte sa ako najvhodnejšie javí porovnanie prezentácie dvoch favoritov prezidentských volieb – Ivana Gašparoviča a Ivety Radičovej. Nielen preto, že im médiá ako favoritom venovali najväčší priestor, ale aj preto, že práve títo kandidáti predstavujú výrazné protiklady (úradujúci kandidát vs. vyzývateľ; muž vs. žena; kandidát s komunistickou minulosťou vs. nekomunista; koalíčný vs. opozičný kandidát). Preto sa v prevažnej miere budeme zaoberať práve týmito dvoma kandidátmi.

Analyzovať komplexne a vyčerpávajúco mediálnu prezentáciu všetkých kandidátov na post prezidenta je viac než ambiciózna úloha a ako taká by v kontexte tohto príspevku bola príliš obsiahla. Analytická časť sa preto venuje iba niektorým čiastkovým aspektom súvisiacim s vybranými kandidátmi. Za ťažiskový predmet skúmania bola zvolená analýza tituliek článkov uverejnených v sekcii voľby internetových vydaní celoplošných mienkotvorných denníkov SME a Pravda v súvislosti s prezidentskými voľbami 2009. Titulky sú totiž najdôležitejšou časťou článkov, ktoré výrazne vstupujú do pozornosti čitateľov. Ich (ne)atraktivita rozhoduje o tom, či si čitateľ daný článok prečíta. Okrem pútacej má aj orientačnú, resp. informačnú funkciu.

Príspevok je písaný z perspektívy roku 2009, a teda ako taký pristupuje k danej problematike v kontexte spomenutého obdobia.

1 METODOLÓGIA

V prvom kole prezidentských volieb na Slovensku v roku 2009 kandidovalo na post prezidenta sedem uchádzačov: Dagmara Bollová (bez podpory politickej strany), Ivan Gašparovič (s podporou Smeru, SNS a HZD), Zuzana Martináková (Slobodné fórum), Milan Melník (HZDS), František Mikloško (OKS a KDS), Iveta Radičová (SDKÚ, SMK a KDH) a Milan Sidor (KSS).

Ako najvhodnejší, pre potreby analýzy, sa javili dvaja favoriti volieb – Ivan Gašparovič a Iveta Radičová. Vhodnosť ich výberu ako skúmaných objektov má, okrem toho, že prieskumy verejnej mienky oboch dlhodobo favorizovali, viacero príčin. Táto dvojica je totiž výrazne protikladná minimálne v troch, resp. štyroch významných oblastiach.

Prvým v poradí je, v ich prípade, súboj úradujúceho kandidáta (*incumbent*) s vyzývateľom (*challenger*). Na základe tohto rozdielu by sa mali volebné stratégie oboch kandidátov výrazne líšiť.

„První z těchto strategií [stratégia úradujúceho kandidáta, pozn. E.M.] zdůrazňují vlastní úspěchy, zkušenosti a slib pokračování v politice, která byla úspěšná. Druhý typ uvedených strategií se soustřeďuje na prezentaci politické a personální alternativy ke zkostrnatělým a unaveným politickým elitám.“ (Jabłoński, 2006, s. 98, cituje Pietraša, 1998, s. 412 – 414).

To znamená, že úradujúci kandidát nemusí prichádzať s novými témami (pretože je už známy), ale stačí mu poukazovať na už dosiahnuté úspechy a výsledky jeho predchádzajúcej činnosti, prípadne recyklovať (ak je to možné) témy, s ktorými uspel v predchádzajúcich voľbách. Naopak, vyzývateľ musí byť tým, kto aktívne nastoľuje nové atraktívne témy a ponúka riešenie starých problémov, aby zaujal verejnosť, ktorá o ňom má menej informácií ako o úradujúcom kandidátovi. Zároveň by sa mal týmito novými témami vyprofilovať ako protiklad a alternatíva úradujúceho kandidáta.

Ženy v politike už nie sú nezvyčajným javom. Voliči ich akceptujú, no stále nie sú považované za schopné zastávať všetky volené funkcie rovnako ako muži.¹

„Většina voličů např. stále považuje kandidátky, a to bez ohledu na jejich individuální kvalifikaci a zkušenost, za lepší než kandidáty ve zvládnání sociální problematiky, jako je vzdělání, péče o děti, zdravotní péče, problémy bezdomovců, politiky sociálního zabezpečení a umělé přerušování těhotenství.“ (Renzetti – Curran, 2005, s. 392).

Väčšina voličov teda nevidí problém v tom, ak žena zaujme vyšší post (ministerské kreslo) v rezorte, ktorý je tradične prefeminizovaný (zdravotníctvo, školstvo) i napriek tomu, že nedisponuje v danej oblasti dostatočnými skúsenosťami. Schopnosť zastávať takú funkciu je preto ženám voličmi prisudzovaná ako niečo prirodzené a vychádzajúce zo samej podstaty ženskosti. Platí to však aj opačne: „Naproti tomu voličstvo príznačne verí, že kandidáti jsou schopnější než kandidátky ve zvládnání takových oblastí, jakými jsou obrana, zahraniční politika, ekonomické otázky...“ (Renzetti – Curran, 2005, s. 392 – 323). Teda žena, ktorá má v určitej oblasti (napr. armáda) dlhoročné skúsenosti a dosiahla v nej značné úspechy, nemusí byť napriek tomu voličmi akceptovaná ako vhodný kandidát.

Funkcia prezidenta SR by preto mala byť tradične „rezervovaná“ pre mužských kandidátov. No, možno aj pre malé kompetencie, to tak nie je. Väčšiu váhu ako pohlavie kandidáta majú tak politické subjekty, ktoré mu vyjadrujú podporu.

Na základe uvedeného by mala Iveta Radičová vyjadrovať a prezentovať vo väčšej miere témy „typické pre ženy“, aby tak zvýšila svoj štatút v očiach voličov. Naopak, Ivan Gašparovič by sa mal zameriavať prevažne na mužské témy. V poradí tretím výrazným rozdielom medzi kandidátmi Ivanom Gašparovičom a Ivetou Radičovou je ich stranícka podpora. Každý z nich reprezentuje odlišnú časť politického spektra. Iveta Radičová pochádza z radov a získala podporu opozičných parlamentných strán (SDKÚ, SMK a KDĽ), ktoré sú, najmä predstaviteľmi vládnej koalície, označované ako výrazne

¹ V niektorých krajinách sú zavedené kvóty, ktoré určujú presný počet žien, ktoré musia byť na kandidátnych listinách politických strán umiestnené na zvoliteľných miestach. Toto opatrenie však môže znižovať status takto zvolených žien, pretože môžu byť „obviňované“ z toho, že do parlamentu (funkcie) sa dostali len na základe zákona a nie vlastných schopností a kvalít.

pravicové. Naproti tomu kandidatúre Ivana Gašparoviča vyjadrili podporu strany vládnej koalície s výnimkou HZDS.² Tieto strany (najmä Smer) samy seba a svoj program charakterizujú ako ľavicu. Obaja spomenutí kandidáti takýmto spôsobom zaujali pozície na opačných stranách politického spektra.

Ďalším výrazným rozdielom je politická minulosť oboch spomenutých kandidátov. Iveta Radičová bola historicky prvým kandidátom bez komunistickej minulosti, ktorý mal reálnu šancu stať sa prezidentom. Bútorová uvádza:

„I. Radičová si po absolvovaní štúdia sociológie nezvolila tradičnú dráhu ‚oficiálnych‘ spoločenských vedcov, a namiesto vstupu do KSS unikla pred ideologickým tlakom do oblasti metodológie a výskumu rodiny. V septembri 1989 sa spolu s ďalšími kolegami v liste sociológov prezidentovi G. Husákovi zasadzovala za ukončenie trestného stíhania ‚Bratislavskej päťky‘ a za otvorený dialóg.“ (Bútorová, 2009, s. 169)

Naproti tomu Ivan Gašparovič bol členom KSČ.

„Informácie o presnom čase a okolnostiach, za akých I. Gašparovič prestal byť na začiatku obdobia normalizácie po roku 1968 členom KSČ, sa rozchádzajú. Jedno je však isté: napriek strate členstva sa neocitol v politickej nemilosti, o čom svedčí skutočnosť, že mohol prednášať trestné právo na Právnickej fakulte Univerzity Komenského.“ (Bútorová, 2009, s. 169)

Tiež je spájaný s autoritárskou vládou Vladimíra Mečiara, v období ktorej bolo Slovensko v zahraničí vnímané ako nedemokratická krajina.

Z toho by mohla ťažiť kandidátka Radičová poukázaním na vlastnú a tiež Gašparovičovú hodnotovú orientáciu v minulosti a dnes.

Vďaka týmto výrazným rozdielom (a tiež faktu, že obaja boli považovaní za favoritov volieb) sa analýza mediálnej prezentácie spomenutých kandidátov javí ako zaujímavejšia než u ostatných. Tým sa preto budeme venovať iba okrajovo. Spomenuté však v rôznej miere platí aj pre ostatných kandidátov (ženy vs. muži, pravicoví vs. ľavicoví kandidáti, kandidáti s komunistickou minulosťou vs. disidenti, úradujúci kandidát vs. vyzývateľia).

² HZDS odmietlo podporiť Ivana Gašparoviča pre osobnú averziu Vladimíra Mečiara voči jeho osobe. Ivan Gašparovič bol dlhodobo najbližším spolupracovníkom Vladimíra Mečiara, po vzájomných nezhodách však HZDS opustil a založil si vlastnú stranu HZD. Odvtedy sa vzťahy týchto dvoch politikov zhoršujú. Značne sa vyhrotili najmä v predvolebnej kampani v prezidentských voľbách v roku 2004. V druhom kole volieb uspel Ivan Gašparovič práve pred Vladimírom Mečiarom.

2 ANALÝZA TITULKOV

V nasledujúcej časti budeme konkrétne interpretovať titulky článkov mienkotvorných denníkov Pravda a SME, v kontexte prezentácie kandidátov na post hlavy štátu v prezidentských voľbách na Slovensku v roku 2009. Tie ako mienkotvorné totiž (istým spôsobom) reflektujú, ale aj tvoria názory a hodnoty v našej spoločnosti. Účelovým prezentovaním istých faktov preto môžu výrazne ovplyvniť názory verejnosti na isté témy. Jiráková a Köpplová (2003, s. 124) uvádzajú: „Opakovaním týchž motivů či týchž spôsobů zpracování určitého tématu se může ustálit představa, že takové zpracování odpovídá skutečnosti, že je jejím ‚odrazem‘, že se mimomediální skutečnost dá tímto způsobem poznať.“ Napríklad, ak by celoplošné mienkotvorné denníky a televízie prinášali dlhodobé informácie o politikoch prevažne ako o aktéroch korupčných káuz, v spoločnosti by začal postupne prevládať názor, že všetci politici sú skorumpovaní.

Predmetom analýzy sú titulky článkov uverejnené v internetových mutáciách oboch denníkov. Dôvodom je väčšia prehľadnosť oproti printom. Internetové verzie denníkov Pravda a SME mali v čase volieb vyčlenené špeciálne sekcie, ktoré zhromažďovali všetky články akýmkoľvek spôsobom sa venujúce problematike prezidentských volieb. Denník SME ich príslušnosť k sekcii voľby zohľadňoval aj v URL adrese.

Pri každom titulku boli sledované tieto údaje: dátum jeho uverejnenia, meno kandidáta, ktorý je v ňom spomenutý (priamo alebo nepriamo; napr. *Televízie nesľubujú súboj favoritov* – referuje o Gašparovičovi a Radičovej alebo *Politológ: Kandidát bez podpory politickej strany nemá šancu* – odkazuje na Dagmaru Bollovú, pretože tá ako jediná bola kandidátkou bez straníckej podpory),³ to akým spôsobom v titulku vystupuje (aktívne – vyjadruje názor, myšlienku alebo zaujíma postoj, napr. *Komunista Sidor chce aspoň 50-tisíc hlasov*; alebo pasívne – niekto o ňom niečo konštatuje, napr. *Radičová má sociálne cítenie, a preto ju budeme voliť, zhodli sa Rómovia*), či je v titulku zmienka o spriaznenom politickom subjekte, politikovi, podporovateľovi alebo členovi volebného tímu niektorého z kandidátov (*Fico kritizoval Shootyho. Nepáči sa mu jeho iniciatíva* – Robert Fico ako podporovateľ kandidáta Gašparoviča; keďže sú tieto články uverejnené v sekcii voľby, prepojenie kandidátov a ich podporovateľov je zjavné, v inom kontexte by však takto vnímané byť nemuseli) a ako v danom titulku vystupuje (aktívne, napr. *Radičovej stratég Füle: Bojím sa, že to bude prvá špinavá kampaň* alebo pasív-

³ V prípade, že titulok obsahuje slovo kandidáti, považujeme to za zmienku o všetkých kandidátoch, pokiaľ to nie je iným spôsobom bližšie špecifikované (napr. ľavicoví kandidáti alebo kandidáti s komunistickou minulosťou). S uzavretím volebných miestností po prvom kole volieb už nie sú neúspešní kandidáti považovaní za kandidátov. V tom čase ešte nebolo jasné, kto vyhral/postúpil do druhého kola, no už o tom bolo rozhodnuté. A teda od 22,00 21. 3. 2009 sú už kandidátmi iba Ivan Gašparovič a Iveta Radičová. Preto v titulkoch článkov uverejnených po tomto čase už nie sú ostatní považovaní za kandidátov. Taktiež po uzavretí volebných miestností v druhom kole volieb už žiaden z dvojice Radičová, Gašparovič nie je považovaný za kandidáta.

ne, napr. – *Fico podľa Radičovej vážne zasiahol do kampane*) a adresa, na ktorej sa článok nachádza.

2.1 Denník SME

Denník SME sa dlhodobo profiluje ako protikomunistický, liberálny a pravicovo orientovaný. Je to spôsobené aj názormi, hodnotami, orientáciou a skúsenosťami jeho redaktorov.⁴ Taktiež otvorene vystupuje proti rôznym šovinistickým a xenofóbnym názorovým platformám. Pravicová orientácia jeho redaktorov ho automaticky stavia do názorovej opozície voči rôznym, prevažne populistickým, (kvázi) ľavicovým subjektom, ako sú napr. Smer a SNS. Taktiež sa neustále snaží poukazovať na závažné kauzy a korupčné aféry politikov.⁵ Aj kvôli nim sa denník dostal viackrát do konfliktu najmä s Róbertom Ficom, ktorý otvorene podporoval kandidatúru Ivana Gašparoviča.

Avšak pri zadefinovaní hodnotovej orientácie denníka SME je potrebné zohľadňovať aj iné faktory.

„V literatúre se objevuje nejméně pět základních výkladů, jak je možné obsah mediální produkce vnímat z hlediska vlivů, které ho ovlivňují.

Obsah je možné považovat za:

1. odraz postojů výrobců samých,
2. odraz preferencí publika,
3. odraz postojů společnosti jako celku,
4. zdroj zamýšleného vlivu na publikum a
5. uzavřenou entitu, přičemž je možno od všech vlivů abstrahovat.“ (Jiráková a Köpplová, 2003, s. 129, citují Croteau a Hoynes, 2000, s. 198)

Denník SME je laickou i odbornou verejnou vnímaný ako názorová platforma (opozícia) voči vládnym silám, bez ohľadu na ich zloženie. Čitatelia preto vopred očakávajú istý spôsob prezentácie rôznych obsahov a redaktori ich pri tvorbe mediálneho produktu musia v istej miere zohľadňovať.

Uvedené naznačuje, že denník SME svojou podstatou, názormi a hodnotami, ktoré reprezentuje, inklinuje k pravicovým a opozičným kandidátom bez komunistickej minulosti. Z toho vyplýva, že by mal (priamo alebo nepriamo) podporovať alebo pozitívnejšie zobrazovať najmä kandidátov Martinákovú, Mikloška a Radičovú.

V internetovej verzii denníka SME bolo v sekcii voľby uverejnených celkovo

⁴ Viacerí z nich (napr. Peter Schütz) boli v 90. rokoch výraznými činiteľmi antimečiarovského hnutia (zoskupeného napr. aj v týždenníku Domino efekt). V tom čase boli perzekvovaní vládou. Najbližším spolupracovníkom premiéra Vladimíra Mečiara bol v tom čase práve Ivan Gašparovič. Aj na základe týchto skúseností v súčasnosti zastávajú členovia redakcie denníka SME isté hodnoty.

⁵ V období pred voľbami 2009 boli činiteľmi rôznych korupčných aktivít najmä predstavitelia vtedajších vládnych strán (HZDS, SNS a Smer).

313 článkov, z ktorých titulky 124 nejakým spôsobom (priamo alebo nepriamo) obsahovali meno aspoň jedného kandidáta.

Najčastejšie bola v titulkoch v denníku SME spomínaná Iveta Radičová (91, z toho 69-krát priamo). Druhý v poradí bol Ivan Gašparovič (64-krát, ale iba 38-krát priamo). Naopak, najmenej boli spomenutí Milan Melník, Milan Sidor a Dagmara Bollová. Tá nebola v žiadnom z titulkov spomenutá priamo, vždy sa o nej hovorilo iba ako o kandidátke. To potvrdzuje predpoklad, že favoritom je v médiách venovaný oveľa väčší priestor než outsiderom.

Zaujímavosťou však je, že kandidáti Zuzana Martináková a František Mikloško (mohli reálne ohroziť postup Ivety Radičovej do druhého kola volieb, a teda neboli kandidátmi „do počtu“)⁶ vystupovali v titulkoch iba o niečo častejšie než spomenutí outsideri. To isté platí aj o zmienkach o spriaznených politických subjektoch. Tento fakt sa dá interpretovať ako snaha denníka SME posilniť pozíciu Radičovej ako jednotného opozičného (voči Gašparovičovi) kandidáta na úkor jej najväčších konkurentov.

Dôležitejšie ako počet zmienok je však to, v akej súvislosti je daný kandidát spomenutý. Použitie tradičného členenia na vystupovanie v pozitívnej/neutrálnej/negatívnej súvislosti je značne limitujúce a javí sa ako nevhodné. V niektorých prípadoch je aplikácia takéhoto spôsobu analýzy takmer nemožná.⁷

O kandidátke Radičovej sa (v titulkoch denníka SME) v negatívnej súvislosti vyjadrujú predovšetkým podporovatelia Ivana Gašparoviča. Negatívnejšie ladené výroky: *Radičová podľa Pašku rozdeľuje Slovensko na dobrých a zlých*. V tomto prípade Paška obviňuje Radičovú z toho, že sama označuje ľudí, ktorí ju volia, ako dobrých a ostatných považuje za zlých. Alebo: *Slotovi je ľúto, že Radičovú podporila maďarská menšina*. Slota týmto komunikuje, najmä voličom SNS a rôznym xenofóbnym a voči maďarskej menšine zaujatým skupinám, že Radičová sa ako kandidátka na prezidenta diskvalifikovala tým, že ju podporuje maďarská menšina. V oboch prípadoch ide o snahu odvieť pozornosť médií nastoľovaním vlastnej agendy. Říchová (2007, s. 173) o nej hovorí: „Jde o schopnost (původně politiků) ‚vytvářet témata‘, která jsou prezentována s cílem orientovat pozornost voličů k danému problému, a to bez ohledu na jeho reálnou hodnotu.“. Takýmto spôsobom Slot a Paška odpútavajú pozornosť napr. od v čase analýzy rezonujúcej problematiky vysokých škôl alebo tretieho piliera dôchodkového poistenia a snažia sa vytvoriť dojem, že naozaj dôležité sú práve ich témy.

⁶ Pochádzajú z tej istej časti politického spektra, hlásia sa k približne rovnakým hodnotám a uchádzajú sa o priazeň tých istých skupín voličov ako kandidátka Radičová. Navyše v prieskumoch verejnej mienky striedavo vykazovali percentuálne zisky, ktoré naznačovali možnosť ohrozenia Radičovej pozície.

⁷ Niekedy je veľmi ťažké určiť akú hodnotu (pozitívna, neutrálna, negatívna) vo vzťahu ku kandidátovi má daný výrok. Napr.: *Gašparovič: Som v nepriazni médií, Radičová bude musieť v druhom kole prítvrdiť, tvrdí Kusý; Dzurinda: Mečiar by mal zmeniť postoj k Radičovej; Mesežnikov očakáva Fica aj v kampani pred druhým kolom*.

Avšak niektorí podporovatelia Gašparoviča používajú na adresu Radičovej aj tvrdšie vyjadrenia: *Belousovová: Radičová klame, vyzývam ju na diskusiu* (explicitné obvinenie z klamstva). A tiež: *Slota o Radičovej podporovateľoch: Lasica je intelektuálne bahno* (výrazný útok na podporovateľov kandidátky Radičovej). Takéto expresívne výroky sú od oboch predstaviteľov SNS očakávané, pretože sa podobne dlhodobo v médiách prezentujú.

Naopak, pozitívne sa o Radičovej vyjadrujú jej podporovatelia. Napr.: *Kukan: Radičová má vlastné názory* naznačuje, že Radičová (na rozdiel od Gašparoviča) nie je iba figúrkou v niekoho rukách, ale absolútne autonómnou bytosťou s vlastnými názormi. A *Občiansko-liberálna strana Liga odporúča voliť Radičovú* signalizuje hodnotovú orientáciu a komunikuje smerom k voličom zastávajúcim liberálnu názorovú líniu potrebu voliť Radičovú. Špecifickým sa javí titulok *Františkánsky kňaz Ján Krstiteľ Balázs vyzýva voliť Ivetu Radičovú*. Priamo dáva návod kresťanom a sympatizantom františkánskeho rádu spomenutím Jána Krstiteľa Balázsa. Ale aj nepriamo apeluje na kresťanov slovom vyzývať, ktoré má (hlavne v súvislosti s kňazom) oveľa väčšiu váhu než odporúčať, navrhnúť alebo podporovať.

V prípadoch, keď v titulkoch Radičová vystupuje aktívne, reaguje na konanie Gašparoviča a osôb s ním rôznym spôsobom spájaných (no robí to oveľa menej ofenzívnym spôsobom ako predstaviteľa SNS). Napr.: *Radičová: Prezident používajúci maďarskú kartu nemôže byť prezidentom; Radičovú trápi priebeh kampane, bola jednostranne ostrejšia; Harabin podľa Radičovej podkopáva právny štát*. Aj takýmto spôsobom reaguje na agresívnu kampaň Gašparovičových podporovateľov. Na druhej strane sa snaží pôsobiť i na nerozhodnutých voličov Smeru: *Radičová: Navrhovala som vládu SDKÚ a Smeru*. Komunikuje k nim spôsobom, že osobne nemá problém spolupracovať so stranou Smer.

O kandidátovi Gašparovičovi sa negatívne vyjadruje napr. jeho hlavná konkurentka: *Radičová: Diskvalifikuje sa, kto používa maďarskú kartu*. Poukazuje tým negatívne na neustále využívanie národnostných problémov ako prostriedok podporujúci kandidatúru Gašparoviča v istých kruhoch. Zaujímavé je tiež odporúčanie jedného z vládnych subjektov: *HZDS povie: Nevoľte Gašparoviča* (pozri pozn. č. 2 tohto príspevku).

Pozitívne hodnotí Gašparoviča napr. člen Smeru a minister vnútra: *Kaliňák: Za Gašparovičom sú výsledky*. Tým sa odvoláva na predchádzajúce pôsobenie Gašparoviča vo funkcii prezidenta, a preto nepriamo odporúča voliť osobu, ktorá dokáže dosiahnuť výsledky. Rozporuplne pôsobí titulok: *KSS odporučila Gašparoviča*. Rôznym častiam spoločnosti komunikuje rôzne obsahy. Sympatizantom KSS prezentuje Gašparoviča ako vhodného kandidáta, no v očiach značnej časti verejnosti ho úplne diskvalifikuje.

Vo svojich výrokoch v titulkoch článkov denníka SME Gašparovič nenastoluje žiadne zásadné témy alebo ich riešenia, ale hovorí sám o sebe: *Gašparovič: Som víťaz prvého kola, každý to čakal*. Takéto vyjadrenie môže pôsobiť arogantne. Za značne kontroverz-

ný je možné označiť titulok: *Gašparovič: Som člen Smeru*, ktorý cituje kandidátov výrok. Gašparovič ako prezident počas svojho volebného obdobia, aj v kampani tvrdil, že je nadstraníckym prezidentom (navyše, prezident nemôže byť členom žiadneho politického subjektu). Snahu vystupovať takýmto spôsobom úplne znegoval výrok z titulku. Ďalšie aktívne zobrazenie: *Gašparovič v Markíze: Som v nepriazni médií* kandidáta Gašparoviča usvedčuje z účelového podsúvania faktov. Podľa organizácie MEMO 98⁸ bol najčastejšie zobrazovaný v televíznom spravodajstve práve on.⁹ Na nepriazeň médií by sa preto skôr mohli sťažovať kandidáti Bollová alebo Sidor.

V prípade Gašparoviča teda platí, že v titulkoch denníka SME nevystupuje v súvislosti napr. s vyjadreniami k závažným spoločenským problémom, alebo v súvislosti s jeho volebným sloganom *Myslím národne, cítim sociálne* a s ním spojenou agendou.

Oveľa dôležitejšia než volebný program a vyjadrovanie postojov k závažným a ťažiskovým témam bola „stranícka“ príslušnosť oboch hlavných favoritov volieb.

Na základe uvedeného je teda možné konštatovať, že v titulkoch denníka SME bola kandidátka Radičová naozaj zobrazovaná ako lepšia v porovnaní s kandidátom Gašparovičom. Toho napríklad diskvalifikovali výroky jeho podporovateľov na adresu Radičovej, ale aj jeho vlastné. Naproti tomu Radičovej výroky hovorili v jej prospech. Ostatným kandidátom bol venovaný iba minimálny priestor. Najvýznamnejšiu úlohu nezohrávala gendrová príslušnosť kandidáta, ale skôr jeho stranícka podpora.

2.2 Denník Pravda

Denník Pravda nie je oproti denníku SME natoľko výrazne ideovo vyprofilovaný. Ďalší fakt hovoriaci v prospech možnej odlišnosti vo forme zobrazovania kandidátov v titulkoch je jeho majiteľ. Ten je odlišný ako pri denníku SME, a teda predstavujú pre seba navzájom bezprostrednú konkurenciu (oba sú považované za mienkotvorné, t. j. najvýznamnejšie printové médiá na Slovensku).

V sekcii voľby internetovej verzie denníka Pravda sa nachádzalo celkovo 208 článkov. Ich titulky zmieňovali niektorého z kandidátov (priamo alebo nepriamo) spolu 128-krát. Percento pravdepodobnosti výskytu kandidáta v titulku denníka Pravda je teda značne vyššie ako v prípade denníka SME.

Aj v prípade denníka Pravda bola najčastejšie prezentovanou kandidátkou Iveta Radičová (celkovo 70-krát, z toho 63-krát priamo) a druhým v poradí Ivan Gašparovič (64-krát, z toho 43-krát priamo). To opäť podporuje hypotézu o kladení dôrazu na zobrazovanie favoritov na úkor outsiderov. V tomto prípade však nie sú ostatní kandidáti

⁸ Pozri materiály organizácie MEMO 98 *Prezentácia kandidátov... a Prezentácia politických...* (pozri zoznam zdrojov).

⁹ Aj v tomto prípade platí, že aj zlá reklama je reklama. Aspoň jej objekt rezonuje v očiach verejnosti.

marginalizovaní až tak výrazne ako v denníku SME. Týka sa to najmä Františka Mikloška a Zuzany Martinákovej.

Zaujímavým je však fakt venovania väčšieho priestoru kandidátke Martinákovej ako aktívne vystupujúcej a vyjadrujúcej vlastné postoje. Tu je viditeľný posun oproti denníku SME. Priestor venovaný Martinákovej znamená nabúranie exkluzívneho postavenia Ivety Radičovej ako jedinej vážnej konkurentky kandidáta Gašparoviča.

Martináková v titulkoch denníka Pravda vystupuje aktívne hlavne v súvislosti s atakovaním a spochybňovaním pozície Radičovej. Priamo: *Martináková: Radičová by mala stiahnuť billboardy o odvahe*. Ale aj nepriamo: *Zájmy lobistov tu sú, aj kupovanie poslancov tu bolo, tvrdí Martináková*. Tým poukazuje (*kupovanie poslancov tu bolo*) na negatívne aspekty Radičovej materskej strany SDKÚ. Alebo tiež: *Martináková: V SDKÚ som mohla byť princeznou*. Teda napriek možnosti výsostného postavenia tento subjekt opustila, čo znamená, že existujú závažné dôvody vypovedajúce v prospech nedôvery voči SDKÚ. To potvrdzuje hypotézu, že Martináková sa snaží seba prezentovať ako alternatíva voči Radičovej a denník Pravda jej na to poskytuje priestor (síce neporovnateľne menší než Radičovej alebo Gašparovičovi, ale poskytuje).

Kandidátka Martináková však nevystupuje iba negatívne voči Radičovej, no snaží sa pozitívne prezentovať aj vlastnú osobu: *Keď sa hlasuje anonymne, tak zrazu vyhrávam, tvrdila Martináková*. Tým naznačuje, že má vo verejnosti značnú podporu a hlasy, ktoré jej voliči odovzdajú, v žiadnom prípade neprepadnú. Nepriamo tak vyzýva potenciálnych voličov, aby sa nebáli odovzdať jej hlas.

Kontrastne v tejto súvislosti pôsobí fakt, že Iveta Radičová sa v titulkoch denníka Pravda vyskytuje v pozitívnej súvislosti zriedkavo a rôzne subjekty sa o nej vyjadrujú pomerne vlažne: *Radičová má sociálne cítenie, a preto ju budeme voliť, zhodli sa Rómovia; V kampani je úspešnejšia Radičová, či jej to bude stačiť, experti nevedia; Der Standard: Radičovej kampan bola efektívnejšia než Gašparovičova*. Zmienka v kontexte sociálneho cítenia by sa dala chápať ako nepriama konfrontácia s kandidátom Gašparovičom, ktorého volebný slogan bol práve *Myslím národne, cítim sociálne*. Vyjadrenia o úspešnosti a efektivite kampane nie sú automaticky spájané s výroky o úspechu vo voľbách, môžu preto pôsobiť dvojznačne.

Naopak, oveľa častejšie je zobrazovaná v negatívnej súvislosti s výroky Martinákovej: *Martináková: Radičová by mala stiahnuť billboardy o odvahe; Vždy som dostala od nej len silné nie, vyčíta Martináková Radičovej; Martinákovej vadí Radičovej účasť v humoristickej relácii, sťažuje sa, najmä však tvrdeniami Gašparovičových podporovateľov: Radičová zodpovedá za najväčšie sociálne špinavosti, útočí Fico; SNS: Radičová by bola nešťastím, podporujeme Gašparoviča; Fico: Radičovú nikdy nepodporím, veď ani nebola za vznik Slovenska*. Toto veto prezentuje Radičovú ako osobu ohrozujúcu hodnoty, ku ktorým sa hlási (Smer a SNS a ich sympatizanti) kandidát Gašparovič, a ktorých je nositeľom. Ďalej tiež: Je až trápne, ako sa nám Radičová vtiera, hanbí sa za

SDKÚ, tvrdí Smer; Radičová je neprijateľná, voľte Gašparoviča, vyzýva KSS; Belousovová vyzýva Radičovú na diskusiu, chce dokázať, že klame; Radičová sa s Orbánom bozkávala ako najlepšia priateľka, tvrdil Slotá; Zistite si, kto financuje Radičovej kampani, vyzýva médiá Belousovová. Je teda vykresľovaná značne negatívne aj s využitím xenofóbnych a šovinistických nálad istých častí spoločnosti.

V prípade aktívneho vystupovania v titulkoch pôsobí Radičová skôr nekonfliktne a zmierlivo: *Radičová: Viem nájsť spoločnú reč so Smerom; Radičovú trápi, že kampani je jednostranne útočnejšia*. No v niektorých prípadoch atakuje svojho hlavného protikandidáta: *Radičová vyzvala Gašparoviča, aby nepoužíval maďarskú kartu*. Alebo aj nepriamo: *Mám čistú politickú minulosť – na rozdiel od iných, tvrdí Radičová*, narážajúc najmä na Gašparovičovo účinkovanie pred rokom 1989 a tiež vo vláde Vladimíra Mečiara. Tieto útoky na osobu protikandidáta však nie sú také ofenzívne ako v prípade výrokov Gašparovičových podporovateľov.

V prípade uvádzania kandidáta Gašparoviča v pozitívnom kontexte zohrávajú vedúcu úlohu opäť najmä jeho podporovatelia zo Smeru: *Fico z Prahy otvorene podporil Gašparoviča; Gašparovič je istota, Radičová zasa hádanka, tvrdí šéf parlamentu Paška*. No i iných subjektov: *SNS: Radičová by bola nešťastím, podporujeme Gašparoviča; Radičová je neprijateľná, voľte Gašparoviča, vyzýva KSS*. V prípade týchto výrokov však väčšinou nejde o vyzdvihovanie kvalít kandidáta Gašparoviča, ale opäť skôr o diskreditáciu Radičovej.

Negatívne o ňom hovoria predovšetkým jeho oponenti a ich podporovatelia: *Mám čistú politickú minulosť – na rozdiel od iných, tvrdí Radičová; Gašparovič vracia Slovensko do Mečiarovej éry, tvrdia politici SMK*.

A ako aktívne vystupujúci činiteľ sa podobne ako v denníku SME sústreďuje predovšetkým na vlastnú osobu: *Gašparovič: Vyhral som. Čakal to každý; Ja som zlý, Radičová je spasiteľka, hnevá sa na médiá Gašparovič; Všetko dobre dopadne, myslí si Gašparovič*. Vôbec teda neprezentuje vlastné názory alebo postoje k závažným témam.

Denník Pravda teda v titulkoch venuje viac pozornosti „malým“ kandidátom než denník SME. Obzvlášť zaujímavým je fakt, že poskytuje Zuzane Martinákovkej priestor pre útoky na svoju hlavnú konkurentku Ivetu Radičovú. Tá v denníku Pravda nevystupuje tak aktívne a pozitívne ako v titulkoch SME a aj Ivan Gašparovič je v Pravde zobrazovaný menej negatívne.

ZÁVER

Analyzovať komplexne a vyčerpávajúco mediálnu prezentáciu všetkých kandidátov na prezidenta je viac než ambicióznou úlohou a ako taká je v kontexte tejto práce príliš obsiahla. Analytická časť sa preto venovala iba niektorým, vybraným aspektom, primárne v súvislosti s vybranými kandidátmi. Za ťažiskový predmet skúmania bola zvo-

lená analýza titulkov článkov uverejnených v sekcii voľby internetových vydání celoplošných mienkotvorných denníkov SME a Pravda.

Cieľom samotnej analýzy bolo potvrdiť alebo vyvrátiť viaceré stereotypy spájané s voľbami a mediálnou prezentáciou kandidátov v predvolebnej kampani.

Potvrdilo sa, že denník SME v predvolebnej kampani poskytuje najväčší priestor a pozitívne vykresľuje kandidátov s antikomunistickou a liberálno-demokratickou názorovou orientáciou, odmietajúcich politiku strán koalície, ktorá vzišla z volieb v roku 2006. Konkrétne teda v titulkoch sekcii voľby internetovej mutácie denníka SME dostala najväčší priestor Iveta Radičová a tiež bola vykreslená v najpozitívnejšom svetle, aj na úkor ostatných kandidátov s podobnými názormi a postojmi. Tí však mohli ohroziť úspech Radičovej oslabením jej pozície, odlákaním voličov voči kandidátovi Gašparovičovi. Ten bol vykresľovaný prevažne negatívne, napr. aj upozorňovaním na postoje a činy jeho podporovateľov.

Naproti tomu denník Pravda venoval viac priestoru Radičovej hlavnej konkurentke Zuzane Martinákovej. Zobrazená bola prevažne ako aktívna alternatíva spolufavoritky volieb Radičovej. Tá bola naopak prezentovaná v značnej miere aj prostredníctvom negatívnych výrokov podporovateľov kandidáta Gašparoviča smerujúcich na jej adresu. Úradujúci prezident a kandidát Ivan Gašparovič nebol zobrazovaný tak výrazne negatívne ako v denníku SME.

Analýza ďalej nepotvrdila napr. rodové stereotypy. Ženské kandidátky nenastolovali témy považované pre ne za typické, a tak nedošlo k výraznej genderovej konfrontácii.

Nebola úplne potvrdená ani hypotéza o rozdieloch v sebaaprezentovaní na základe dichotómie úradujúci kandidát vs. vyzývateľ. Hoci sa v kampani tieto rozdiely prejavovali, obaja hlavní favoriti ich mohli uplatňovať oveľa výraznejším spôsobom. V tomto kontexte bola kampaň vedená pomerne konzervatívne.

Výrazným spôsobom nerezonovala v kampani ani hodnotová orientácia oboch kandidátov, hoci sa uplatnila v oveľa väčšej miere ako genderové rozdiely.

Oveľa dôležitejšia než volebný program a vyjadrovanie postojov k závažným a ťažiskovým témam bola „stranícka“ príslušnosť oboch hlavných favoritov volieb. Tá bola aj rozhodujúcim faktorom víťazstva Ivana Gašparoviča.

ZDROJE

- Ball-Rokeach, S. – DeFleur, M. L.: Teorie masové komunikace. Praha: Karolinum 1996.
- Bordieu, P.: Nadvláda mužů. Praha: Karolinum 2000.
- Bútorová, Z.: Prezidentské voľby 2009 ako viacnásobný test. In: Mesežnikov, G. – Gyárfášová, O. – Kollár, M. (eds): Slovensko volí: Európske a prezidentské voľby 2009. Bratislava: Inštitút pre verejné otázky 2009, s. 169 – 193. http://www.aspekt.sk/download/Slovensko_voli_Butorova.pdf [15. 4. 2010]

- ČTK: Kandidáti sa nezhodli, kedy by sa voľby skončili už v prvom kole. SME.sk, 8. 2. 2009. <http://volby.sme.sk/c/4299232/kandidati-sa-nezhodli-kedy-by-sa-volby-skoncili-uz-v-prvom-kole.html#ixzz0kwJOP7SL> [12. 4. 2010]
- ČTK: Komisia vyriešila volebnú hádanku. SME.sk, 19. 2. 2009. <http://volby.sme.sk/c/4315613/komisia-vyriesila-volebnu-hadanku.html#ixzz0kwNUOtd> [12. 4. 2010]
- Eco, U.: Meze interpretace. Praha: Karolinum 2004.
- Eco, U.: Nadinterpretovanie textov. In: Collini, S. (ed.): Interpretácia a nadinterpretácia. Bratislava: Archa 1995, s. 49 – 68.
- Eco, U.: Skeptikové a teshitelé. Praha: Svoboda 1995.
- Elshtainová, J. B.: Veřejný muž, soukromá žena. Praha: ISE 1999.
- Fejes, F. J.: Masculinity as Fact. In: Craig, S. (ed.): Men, Masculinity and Media. Newbury Park: Sage 1992, s. 9 – 22.
- Fiala, P. – Schubert, K.: Moderní analýza politiky: Uvedení do teorií a metod policy analysis. Brno: Barrister & Principal 2000.
- Fiala, P. – Strmiska, M.: Teorie politických stran. Brno: Barrister & Principal 1998.
- Gáborová, L. – Gáborová, Z.: Človek v sociálnom kontexte. Prešov: LANA 2005.
- Gregová, R. – Rusnák, J. – Sabol, J. S.: Interpretácia textov elektronických masových médií: Stručný terminologický slovník. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity 2004.
- Hauserová, E. (ed.): Růže mezi trním – ženy v politickém životě. Praha: Zelený kruh 1995.
- Havelková, H. – Vodrážka, M. (eds.): Žena a muž v médiích. Praha: Gender Studies 1998.
- Heywood, A.: Politická teorie. Praha: Eurolex Bohemia 2005.
- Heywood, A.: Politologie. Plzeň: Aleš Čeněk 2008.
- Hlavsová, J.: Jazyk politiky. In: Daneš, F. a kol.: Český jazyk na přelomu tisíciletí. Praha: Academia 1997.
- Individuálne milosti. <http://www.prezident.sk/?individualne-milosti> [15. 3. 2010]
- Jabłoński, A. W. a kol.: Politický marketing: Úvod do teorie a praxe. Brno: Barrister & Principal 2006.
- Jiráček, J. – Köpplová, B.: Média a společnost: Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace. Praha: Portál 2003.
- Jiráček, J. – Říchová, B.: Politická komunikace a média. Praha: Karolinum 2000.
- Kováčová, M.: Vojna pohlaví sa nekonala, Radičová o to nestála. SME.sk, 2. 4. 2009. <http://volby.sme.sk/c/4375348/vojna-pohlavi-sa-nekonala-radicova-o-to-nestala.html> [5. 7. 2009]
- Kraus, J.: Vyjádřování polemčnosti a významových opozic v politickém diskurzu. In: Čmejrková, S. – Hoffmannová, J. (eds.): Jazyk, média, politika. Praha: Academia 2003.
- Kunczik, M.: Základy masové komunikace. Praha: Karolinum 1995.
- McNair, B.: Sociologie žurnalistiky. Praha: Portál 2004.
- MEMO 98: Prezentácia kandidátov na post prezidenta SR (6. marec 2009 – 15. marec 2009). http://www.memo98.sk/data/_media/2009_03-vsetky_media.pdf [15. 4. 2010]
- MEMO 98: Prezentácia politických predstaviteľov a subjektov (20. február 2009 – 5. marec 2009). http://www.memo98.sk/data/_media/2009_02-vsetky_media.pdf [15. 4. 2010]
- Mistrík, J.: Štylistika slovenského jazyka. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo 1977.
- Mistrík, J.: Vektory komunikácie. Bratislava: Univerzita Komenského 1999.
- Oakleyová, A.: Pohlaví, gender, společnost. Praha: Portál 2000.
- Odaloš, P.: Charakteristika a techniky slovenskej politickej komunikácie. In: Čmejrková, S. – Hoffmannová, J. (eds.): Jazyk, média, politika. Praha: Academia 2003.
- Renzetti, C. M. – Curran, D. J.: Ženy, muži a společnost. 1. dotlač 1. vyd. Praha: Karolinum 2005.
- Říchová, B.: Úvod do současné politologie. Praha: Portál 2007.

- Ústava Slovenskej republiky. Šiesta hlava. <http://www.government.gov.sk/index.php?ID=8582> [15. 3. 2010]
- van Zoonen, L.: The Personal, the Political and the Popular: A Woman's Guide to Celebrity Politics. *European Journal of Cultural Studies*, 2006, 9, č. 3, s. 287 – 301.
- Vodrážka, M. (ed.): *Politika s ženami či bez žen*. Praha: Nadace Gender Studies 1996.
- Vysielanie počas kampane pred voľbou prezidenta SR. <http://www.rada-rtv.sk/sk/spravy/?aktualitaId=820> [15. 3. 2010]
- Zákon č. 46/1999 Z. z. z 18. marca 1999 o spôsobe voľby prezidenta Slovenskej republiky, o ľudovom hlasovaní o jeho odvolaní a o doplnení niektorých ďalších zákonov. <http://www.civil.gov.sk/archiv/documents/p08-07-f03.pdf> [15. 3. 2010]

Webstránky:

- <http://www.memo98.sk/> [15. 4. 2010]
- www.nasprezident.sk [20. 3. 2009]
- www.gasparovic.sk [20. 3. 2009]
- www.radicova.sk [20. 3. 2009]
- www.plagatprezidentku.sk [20. 3. 2009]
- www.mojaprezidentka.sk [20. 3. 2009]
- www.zlyprezident.sk [20. 3. 2009]
- www.antiradicova.sk [20. 3. 2009]

Selected Aspects of Media Presentation of Selected Electoral Candidates in Canvass During Presidential Elections in Slovakia in 2009**Abstract**

In democratic countries, the act of elections is the basic tool used both by politicians and their electors to participate on the creation of the political system of the society. And there is also third party which take place in this act – media. Many times media act in favour of some politicians. Main intention of this article is to analyse the media presentation of selected electoral candidates in context of stereotypes. Titles of articles in an *Elections*-section of the internet versions of two Slovakian quality dailies *SME* and *Pravda* became the object of the analysis presented.

Especially Ivan Gašparovič and Iveta Radičová, not only because they were the highest ranked candidates but because they form oppositions in at least four points (incumbent vs. challenger; man vs. woman; candidate with communist past vs. anticommunist; candidate of coalition vs. candidate of opposition) are considered the most suitable for the analysis.

Keywords

representation – president of the Slovak Republic – elections – gender – media – stereotypes – media ownership

Erik Milec (1986) je absolventom odboru masmediálne štúdiá na Filozofickej fakulte Prešovskej univerzity v Prešove (2010), v súčasnosti je na FF PU v Prešove študentom doktorandského štúdia v odbore slovanské jazyky a literatúra. Profesionálne sa zameriava na politický diskurz.

Mgr. Erik Milec

Inštitút slovakistiky, všeobecnej jazykovedy a masmediálnych štúdií
Filozofická fakulta
Prešovská univerzita v Prešove
17. novembra 1
080 78 Prešov
Slovenská republika

erik.milec@gmail.com