

Univerzita Hradec Králové

Filozofická fakulta

Bakalářská práce

2022

Adéla Kolouchová

Univerzita Hradec Králové

Filozofická fakulta

Katedra politologie

**Změna politického marketingu při prezentaci lídra během předvolební
kampaně SMER-SD v letech 2016 a 2020**

Bakalářská práce

Autor: Adéla Kolouchová
Studijní program: FF-BPOL Politologie
Studijní obor: Politologie
Forma studia: Kombinovaná

Vedoucí práce: Mgr. Petra Vodová, Ph.D.

Hradec Králové, 2022

Zadání bakalářské práce

Autor: Adéla Kolouchová

Studium: F18BK0055

Studijní program: B6701 Politologie

Studijní obor: Politologie

Název bakalářské práce: **Změna politického marketingu při prezentaci lídra během předvolební kampaně Smer-SD v letech 2016 a 2020**

Název bakalářské práce AJ: The Change of the Political Marketing Within the Leader Presentation During the Campaign Smer-SD in 2016 and 2020

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Tato diplomová práce si klade za cíl analyzovat změnu podoby politického marketingu lídra kampaně, a to na příkladu strany Smer ? sociální demokracie. Teoretická část je zaměřena na personal branding a jeho využití v politickém marketingu. Praktická část analyzuje vyobrazení lídra kampaně v období tří měsíců před volbami až do data samotných voleb. Zdrojem dat jsou příspěvky na oficiálním facebookovém profilu strany Smer-SD. Na jejich základě je provedena analýza klíčových témat, která byla zmíněna v souvislosti s osobností Roberta Fica a Petera Pellegriniho. V závěru práce jsou porovnávána nejčastěji zmiňovaná témata u každého kandidáta.

Needham, C. 2005. "Brand Leaders: Clinton, Blair and the Limitations of the Permanent Campaign". In: *Political Studies*: 2005 VOL 53. Oxford a Malden: Blackwell Publishing Ltd. 343-361.

Lilleker, D. G., Lees-Marshment, J. (Eds.). (2005). *Political marketing: A comparative perspective*. Manchester University Press.

Cwalina, W., Falkowski, A., & Newman, B. I. (2011). *Political marketing: Theoretical and strategic foundations*. ME Sharpe.

Cwalina, W., & Falkowski, A. (2016). Morality and competence in shaping the images of political leaders. *Journal of Political Marketing*, 15(2-3), 220-239.

Oficiální facebookový profil strany Smer-SD: www.facebook.com/smersd

Zadávací pracoviště: Katedra politologie,
Filozofická fakulta

Vedoucí práce: Mgr. Petra Vodová, Ph.D.

Datum zadání závěrečné práce: 29.5.2020

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala (pod vedením Mgr. Petry Vodové, Ph.D.) samostatně a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Hradci Králové dne 01.07.2022

podpis:.....

Poděkování

Velice děkuji Mgr. Petře Vodové, Ph.D. za cenné rady a připomínky, odborné vedení a pomoc při zpracování této práce. Dále děkuji Miroslavu Fouskovi za podporu během studia a editaci práce.

Anotace

KOLOUCHOVÁ, ADÉLA. *Změna politického marketingu při prezentaci lídra během předvolební kampaně SMER-SD v letech 2016 a 2020*. Hradec Králové: Filozofická fakulta, Univerzita Hradec Králové, 2022, 58 s. Bakalářská práce.

Bakalářská práce analyzuje změnu prezentace lídra strany Smer – sociálna demokracia před volbami 2020 oproti období před volbami 2016. Teoretická část je zaměřena na personal branding a jeho využití v politickém marketingu. Praktická část analyzuje vyobrazení lídra kampaně v období čtyř měsíců před volbami až do data samotných voleb. Zdrojem dat jsou příspěvky na oficiálním facebookovém profilu strany Smer-SD. Na jejich základě je provedena analýza klíčových témat, která byla zmíněna v souvislosti s lídrem pro volby v roce 2016, kterým byl Robert Fico, a lídrem pro volby v roce 2020, kterým byl Peter Pellegrini. V závěru práce jsou porovnána nejčastěji zmiňovaná témata u každého kandidáta.

Klíčová slova

Kampaň na sociálních sítích, Personal branding, Peter Pellegrini, Rebranding, Robert Fico, Smer-sociálna demokracia, Tematická analýza

Annotation

KOLOUCHOVÁ, ADÉLA. *The Change of the Political Marketing Within the Leader Presentation During the Campaign Smer-SD in 2016 and 2020*. Hradec Králové: Philosophical Faculty, University of Hradec Králové, 2022, 58 pp. Bachelor Thesis.

The bachelor's thesis analyzes the change in the presentation of the leader of the party Smer – sociálna demokracia before the 2020 elections compared to the period before the 2016 elections. The theoretical part is focused on personal branding and its use in political marketing. The practical part analyzes the image of the campaign leader in the period of four months before the elections until the date of the elections themselves. The source of the data are posts on the official Facebook profile of the Smer-SD party. Based on them, an analysis is made of the key themes that were mentioned in relation to the leader for the 2016 election, which was Robert Fico, and the leader for the 2020 election, which was Peter Pellegrini. At the end of the thesis, the most frequently mentioned topics for each candidate are compared.

Keywords

Campaign on social networks, Personal branding, Peter Pellegrini, Rebranding, Robert Fico, Smer-socialna demokracia, Thematic analysis

Obsah

1 Úvod.....	10
2 Politický marketing, branding a rebranding	12
2.1 Vývoj současného pojetí marketingu a jeho aplikace v politice	12
2.2 Brand a personal brand v politice.....	13
3 Sociální média.....	15
3.1 Sociální média jako zdroj dat	15
3.2 Kampaň na Facebooku	16
4. Kontext politické situace na Slovensku	16
4.1 Robert Fico.....	17
4.2 Slovenská politická krize v roce 2018	19
4.3 Peter Pellegrini	21
5. Metodologie	23
5.1 Cíl výzkumu a výzkumné otázky	24
5.2 Časové a zdrojové vymezení a postup těžby dat.....	24
5.3 Tematická analýza.....	26
6. Empirická část.....	27
6.1 Seznámení se s daty	27
6.2 Generování počátečních kódů	28
6.3 Hledání témat	29
6.4 Ověření témat	30
6.5 Definování a pojmenování témat	32
6.6 Vypracování zprávy	33
6.6.1 Bezpečnost.....	33
6.6.2 Funkčnost	34
6.6.3 Lidskost a sympatie	36
6.6.4 Migrace.....	37
6.6.5 Neústupnost	38
6.6.6 Kritika opozice	39
6.6.8 Spravedlnost	42
6.6.9 Volby	44
7. Komparace sledovaných období.....	45
7.1 Poměr příspěvků o lídrovi	45
7.2. Poměr využití témat	46
7.3 Aplikace teoretických přístupů a výsledky výzkumu	50

7 Závěr	51
ZDROJE.....	52
Literatura	52
Publikované články	53
Internetové zdroje.....	55
Analyzované příspěvky	56

1 Úvod

V dnešní době by málokdo zpochybňoval vliv marketingu na společnost, a to nejen v oblasti ekonomické, ale i politické. Politický marketing nabízí široké možnosti pro politologický výzkum, a to nejen z důvodu samotného poznání a pochopení probíhajících dějů, ale také pro možnost následného využití výsledků výzkumu ke komerčním účelům¹.

Vztah mezi stranou a jejím lídrem, případně dalšími jejími výraznými členy je těžitelný směr výzkumu. Jedná se o až překvapivě málo zkoumaný jev, obzvláště pak v podmínkách evropských parlamentních demokracií. Většina z prací, které se zabývají způsobem propagace lídra, či alespoň vztahem strany a lídra, zaměřuje svůj výzkum na americký model a propagaci (nejčastěji) kandidáta prezidentských voleb (Davies, 2010, str. 332). Tento výzkum vznikl proto, aby alespoň z části vyplnil vakuum v této oblasti.

Práce je případovou studií zkoumající rozdíly v předvolební prezentaci slovenské strany SMER – sociálna demokracia (dále Smer-SD), konkrétně pak rozdíl mezi prezentací Roberta Fica před volbami do Národní rady v roce 2016 a Petera Pellegriniho před volbami do Národní rady v roce 2020. V obou volbách obhajovala strana Smer-SD předchozí vítězství. Avšak v roce 2016 uspěla, naopak v roce 2020 se umístila až na druhém místě se ztrátou téměř přesně 10 % oproti výsledku z roku 2016. Je však nutné podotknout, že důvodem volební prohry nebyla výměna lídra, ale různá obvinění, mj. z klientelismu předsedy Smeru-SD Fica, která se objevovala. Nejvýraznější dopad na podporu strany přinesly informace o propojení Smeru-SD a Mariana Kočnera, který byl podezřelým z objednávky vraždy investigativního novináře Jána Kuciaka a jeho snoubenky Martiny Kušnírové (Nečásková, 2019)

Během výzkumu je na oba aktéry, Roberta Fica i Petera Pellegriniho, nahlíženo jako na „produkt“, který se snaží strana před volbami prodat. Celková předvolební propagace lídra je samozřejmě velice obsáhlá oblast, kterou by nebylo možno detailně prozkoumat v práci tohoto rozsahu, z toho důvodu se tento výzkum zaměřuje konkrétně na formu propagace přes sociální síť Facebook, která je nejvíce využívanou sociální sítí na Slovensku (Financial Report, 2020).

¹ například pro společnosti zabývající se politickou propagací

Za tímto účelem byly sesbírány a komparovány příspěvky, které byly sdíleny na oficiálním profilu strany ve sledovaných obdobích. Základní tezí této práce je, že dva různé kandidáty nelze prezentovat stejným způsobem, o to spíše za situace, kdy bylo nutné reagovat na pokles voličské podpory v souvislosti s politickou krizí, a proto musí být evidentní rozdíl ve způsobu propagace obou lídrů. Aby bylo možné komparovat propagaci obou kandidátů, budou v praktické části zodpovězeny tyto otázky:

- 1. Jak se lišila frekvence přidávaných příspěvků v obou obdobích?*
- 2. V jakém poměru na všechny přidané příspěvky z daných období byly příspěvky personalizované, tj. zaměřené na sdělení o lídrovi?*

Odpovědi na ně zjistíme, zda se změnila forma propagace kandidátů. Výsledky měření budou pro porovnání zobrazeny graficky.

Zbývající dvě otázky se zaměří na zkoumání obsahu sdělení:

- 3. Ve spojitosti s jakými tématy byli na oficiálním stranickém facebookovém profilu prezentováni před volbami Robert Fico a Peter Pellegrini?*
- 4. Byla témata u obou kandidátů shodná, případně bylo některé téma využíváno pouze v souvislosti s jedním z kandidátů?*

K vytěžení dat z příspěvků provedu tematickou analýzu. Příspěvky budou na základě svého sdělení označeny kódy, které budou přiřazeny pod konkrétní téma a následně budou komparována nejčastější sdělení předávaná k oběma lídrům.

V první části práce nejprve představím teoretický rámec, z něž budu následně vycházet ve výzkumu. Základem je literatura z oblasti politického marketingu, a to především branding/personal branding a kampaně na sociálních sítích. Následuje kapitola věnovaná přiblížení osobností obou lídrů, včetně shrnutí jejich politické historie. Zároveň zde předložím pozadí události, které vedly k výměně premiéra v roce 2018, neboť pro zachování objektivity je nutné konstatovat, že postavení obou lídrů ve volbách nebylo rovné a nahrazení Roberta Fica na postu premiéra Peterem Pellegrinim v roce 2018 mělo svůj důvod, což se odrazilo v propadu ve volebních průzkumech (Hájek, 2018).

Druhou polovinu práce tvoří analytická část, v té jsou představeny samotné facebookové příspěvky ze sledovaných období, které strana Smer-SD přidávala na svůj oficiální profil. V této části je kladen důraz na příspěvky, které obsahují souvislost s osobou volebního lídra. Ze zkoumání jsou vyjmuty slogany, se kterým šla strana/lídr do voleb, neboť tyto jsou používány u většiny příspěvků formou tzv. „hashtagu“, a tedy by zkreslovaly výsledky nejčastěji asociovaných slov v samotném výzkumu.

Následně analyzuji formu sdělení, tedy jaká slova jsou ve vztahu s uvedeným aktérem použita, v jakých souvislostech se o nich psalo – například zda byli lídři prezentováni jako „bojovníci“ proti nepřítelům, či zda naopak byli prezentováni jako „opory“ slovenských občanů. V této části je zároveň zhodnocena frekvence přidávaných příspěvků v obou obdobích a porovnání, kterému z lídrů se na stranickém profilu dostávalo více prostoru.

2 Politický marketing, branding a rebranding

2.1 Vývoj současného pojetí marketingu a jeho aplikace v politice

Teorie politického marketingu se vyvinula z marketingu ekonomického, který se zaměřoval na sledování cesty zboží na trhu. Již v roce 1956 pak americký politolog Stanley Kelley vydává studii *Professional Public Relations and Political Power*, v níž přichází s teorií, že politický trh představuje v podstatě shodné prostředí, jako trh ekonomický. Kelley zde také poprvé používá spojení politický marketing (Matušková, 2010, str. 22).

Koncem 60. let 20. století pak ekonom Philip Kotler a sociolog Sidney Levy představili svou práci *Broadening the Concept of Marketing*, v níž proklamovali, že marketing je souborem aktivit, které se orientují na určitý cíl, a proto lze marketingové postupy stejně jako v ekonomice, využít i v jiných oblastech a s jeho pomocí je možné právě tak analyzovat například církev, politické prostředí, či různé jiné organizace (Jablonski, 2006, str. 11).

Kotler navíc v 90. letech 20. století tuto premisu rozšířil o tzv. koncept sociálního marketingu. Ten tvoří dva mechanismy, jednak je to technika zajišťující směnu zboží, a dále mechanismus zjišťující, která témata jsou občany ve společnosti přijímána pozitivně. Nabídka (tj. např. kampaň) následně může být

těmto tématům přizpůsobena. Tím dochází ke změně orientace marketingu, který se přestává orientovat na produkt a zaměřuje se více na zákazníka (voliče), kterému pak produkt přizpůsobuje (Matušková, 2012, str. 12).

2.2 Brand a personal brand v politice

Americká marketingová asociace (1960) definuje brand neboli značku jako „jméno, termín, znak, symbol design nebo jejich kombinace, které jsou určeny k identifikování zboží nebo služeb jednoho či skupiny prodejců a k jejich odlišení od služeb nebo produktů konkurence.“ (Žižlavský, 2012, str. 230-231). Podle Žižlavského je pak nejvhodnější definice Alana P. Frenche a Garetha Smitha, kteří ve své práci *Measuring political brand equity: A consumer oriented approach* (2008) definují značku jako „asociativní síť vzájemně propojených politických informací a postojů přechovávaných v paměti, které se aktivují, pokud jsou stimulovány v paměti voliče“ (Žižlavský, 2012, str. 231).

Zde uvedu příklad strany KSČM – logem strany jsou dvě červené třešně, spolu s nápisem KSČM. I v případě, že budou třešně uvedeny bez písmen KSČM, samotný obrázek takových třešní příjemcům připomene stranu a zároveň na něj budou působit pocity, které má se stranou asociovány. Logo je samozřejmě pouze vizuální část značky, jak je uvedeno již v původní definici Americké marketingové asociace, značka je tvořena nejen symbolem, ale i jménem, termínem, sloganem aj. Značka tedy není pouhý optický objekt, je to podstata toho, jak je daná společnost, organizace či osoba vnímána okolím a jak na něj působí. Proces, který vede k vytváření značky – ať již stranické, tak i osobnostní – je nazýván branding a má v ideální formě kombinovat tři elementy:

- **vnitřní hodnoty**
- **vnější prezentaci**
- **vnímání ze strany zákazníka/voliče**

Právě první element působí, že je brand mnohem komplexnější, než reputace a image (Žižlavský, 2012, str. 238).

Přestože v minulosti byla stranická značka samostatnou entitou, v současné době z ní stále výrazněji vystupuje osobnostní značka (neboli personal brand)

jednotlivých výrazných členů strany – nejčastěji pak samotných lídrů (Hughes, 2007, str. 1115). Výstup členů a vytvoření samostatné značky, která následně funguje s tou stranickou na principu „co-brandingu“, je pro strany žádoucí, neboť dává straně další způsob, jak působit na voliče a v případě potřeby ho může použít jako nástroj změny směřování strany (Hughes, 2007, str. 1118). A. Hughes dává příklad takového kroku z Austrálie, kdy se v roce 2005 Australská labouristická strana snažila o rebranding, což bylo obtížné po opětovném zvolení předchozího předsedy Kima Beazleyho. Ten byl následně nahrazen Kevinem Ruddem, jehož osobnostní značka se od té Beazleyho velmi liší, což bylo přesně to potřebné pro přesvědčení voličů o změně politiky strany. Hughes dodává, že ačkoli jde o australský příklad, není důvod proč by nemohl být aplikován i v jiných zemích (Hughes, 2007, str. 1115).

Stranický lídr má fungovat jako mediální tvář, symbol, stranické značky a má v sobě shrnovat veškeré žádoucí atributy strany (Needham, 2006, str. 182). Pokud v tuto teorii v kampaňovém období otočíme, pak propagace lídra a jeho hodnot je zároveň propagací hodnot strany. „Pokud má být osobnostní značka úspěšná, je nutné, aby politik také žil v souladu s identitou své osobnostní značky, čemuž musí být přizpůsobeno cokoliv, co dělá, způsob jednání, který používá, nebo třeba oblečení, které nosí (Žižlavský, 2012, str. 238). Veškeré úkony, které lídr provádí, jsou v očích občanů odrazem strany. Reagování lídra v době krize se může výrazně odrazit na volebních výsledcích. Z toho důvodu je velice důležitá personální důvěryhodnost lídra (Hughes, 2007, str. 1116). V případě, že existují pochybnosti o důvěryhodnosti lídra, vede to k pochybnostem o předávaných informacích a dále o důvěryhodnosti strany. Přes lídra může zároveň jiný aktér vést efektivnější útok proti straně, protože je efektivnější nabourat značku lídra než značku celé strany (Davies, 2010, str. 333).

Strana má být motivována volebním úspěchem, jehož jedním z nejrozhodnějších aspektů je to, jak jsou voličem vnímáni kandidáti. V dnešní době, kdy jsou politické strany stále výrazněji personalizovány, může nevhodně zvolený lídr znamenat nejenom volební porážku, ale může dále vést ke štěpení a až úplnému zániku strany. Pro fungující stranu je proto přirozené, aby byl lídr zvolen tak, aby dokázal co nejlépe oslovit voliče. Můžeme registrovat dvě dimenze, které jsou určující pro image stranických lídrů – Kompetence (tj. lídr se prezentuje

jako rozhodný, energický, tvrdý a dobře informovaný) a Responzivita (lídr se prezentuje jako starostlivý, dobrý posluchač, sympatický a důvěryhodný) (Davies, Mian, 2010, str. 334).

V případě, že nastanou změny v elektorátu, pak často bývá prvním krokem, kterým na ně strana reaguje, představení nových rozložení moci uvnitř strany a změny ve způsobu výběru kandidátů (Ferreira da Silva, 2021, str. 805-806). Je-li žádoucí výměna lídra, obzvláště poté, co značka předchozího utrpěla ztráty, jsou spíše voleni kandidáti umírněnější, u kterých je větší šance na oslovení průměrného voliče (Lisi, 2010, str. 131).

3 Sociální média

3.1 Sociální média jako zdroj dat

Přestože se v současné době se stále více propagace uskutečňuje přes sociální sítě, je tento způsob některými výzkumníky stále nedoceňován a přehlížen. Prohlášení sdílená na oficiálních sociálních profilech stran a politiků mohou být dokonce označena za nedostatečný zdroj k citování postojů dané strany nebo osobnosti. Takovéto podceňování nosnosti sociálních sítí jakožto zdroje dat, je ovšem krátkozraké.

Sociální sítě splňují řadu kritérií proto, aby byly označeny za masová média – vysílatel předává informaci neurčenému vysokému počtu cílových příjemců, kteří mezi sebou navzájem nemají žádné, nebo jen minimální, sociální vazby (Jiráček, 2007, str. 21). Nenaplnují však kritérium, že má být předávání informací jednosměrné, neboť sociální sítě umožňují rovněž reagování ze strany příjemců, které je však aspektem interpersonálních médií (Jiráček, 2007, str. 21). Pro lepší zařazení sociálních sítí je tedy nejpřesnější je označit za síťová média, která podle definice Grossberga, Wartela a Whitneho kombinují interpersonální a masová média. „*Tato média jsou schopna vytvářet nové sociální vztahy tím, že slouží k propojení mnoha bodů s mnoha dalšími body a konstruují tak vztahovou a komunikační síť, přičemž všechny body, které do ní patří, se mohou dostat do role jak podavatelů, tak příjemců.*“ (Jiráček, 2007, str. 22-23).

3.2 Kampaň na Facebooku

Podle průzkumu Eurostatu k roku 2020 využívalo sociální sítě téměř 60 % Slováků. Ve skupině dotazovaných ve věkové kategorii 16 až 24 let je to dokonce 89 %. Z toho nejvíce využívanou sítí je Facebook – jak na Slovensku, tak i globálně (Financial Report, 2020). Vzhledem k dosahu sociálních sítí je přirozeným vývojem jejich zapojení do politických kampaní.

Jedním z nejdůležitějších předpokladů úspěšné kampaně je, že reaguje na aktuální dění. Tento způsob komunikace je přitom právě s využitím sociálních sítí velmi snadný. Političtí aktéři (strany jako celky i jednotliví kandidáti) mají možnost reagovat na nastalou situaci prakticky okamžitě a tím ji využít k oslovení potenciálních voličů (Palacios Garay et al., 2021, str. 699). Při využívání kampaní na sociálních sítích je však zároveň nutná obezřetnost, protože paradoxně může častý kontakt už stávajícího voliče se stranou vést k tomu, že si takovýto volič například všimne změny rétoriky (za účelem oslovení nových voličů) se kterou nebude souhlasit, což může vést k jeho nespokojenosti a následným příklonem ke straně jiné (Hotham, 2021, str. 27). Pro maximalizaci zisku z komunikace na sociálních sítích je tedy nutné vybalancovat snahu o zisk nových voličů s prevencí ztráty voličů aktuálních.

Výše uvedené ovšem neplatí jenom v časově ohraničeném předvolebním období. Schopnost přímého oslovení voličů využitím Facebooku – navíc s výrazně nižšími náklady – umožnila další krok ve formě propagace, a to permanentní kampaň. Strany tak mohou na voliče výrazně působit po dobu celého volebního období. Stále jsou však znatelné rozdíly v době permanentní kampaně a předvolební kampaně. V období před volbami je možné pozorovat:

- vyšší frekvenci zveřejňovaných příspěvků,
- negativní rétorickou strategii,
- vyšší míru personalizace příspěvků (Hotham, 2021, str. 62).

4. Kontext politické situace na Slovensku

V této kapitole budou přiblíženy osoby obou lídrů. Zaměření je kladeno především na jejich politický vývoj. Pro dosažení komplexního pohledu jsou zde zmíněny i nejdůležitější události po skončení sledovaného období, to znamená

aktuální postavení obou politiků. Zároveň jsou v této části představeny důvody, proč byl v roce 2018 velký tlak na odstoupení Fica z pozice předsedy vlády, kde byl následně nahrazen Pellegrinim.

4.1 Robert Fico

Začátek politické kariéry doc. JUDr. Roberta Fica, CSc. se datuje již od 14. dubna 1986, kdy ještě jako student posledního ročníku práv vstoupil do Základní organizace KSČ na Právnické fakultě Univerzity Komenského v Bratislavě (Vagovič, 2009). Po absolvování studia a povinného vojenského výcviku zahájil kariéru vědeckého pracovníka se zaměřením na trestní právo v Právnickém institutu ministerstva spravedlnosti. Zde se seznámil s kolegou doc. JUDr. Ľubomírem Fogašem, CSc., tehdejším členem Strany demokratickej ľavice. Za SDEL byl Fico poprvé zvolen do Národnej rady ve volbách roku 1992 (Devánková, 2006). Robert Fico byl nejpopulárnějším politikem strany (Lupták, 2008, str. 57). V roce 1995 kandidoval Fico na předsedu SDEL, později ale kandidaturu z neznámých důvodů stáhl ve prospěch svého kolegy Ľubomíra Fogaše (Devánková, 2006).

Roku 1999 zakládá Robert Fico novou stranu „střední třetí cesty“ – SMER (Lupták, 2008, str. 57). Důvodem pro založení vlastní strany bylo členství SDEL v první Dzurindově vládě a podíl na ekonomických reformách, s čímž Fico nesohlasil. Roku 2004 strana úspěšně pojmula zbylé levicové strany, které se odštěpily od SDEL a nakonec v roce 2005 i samotnou SDEL. Strana se poté přejmenovala na Smer – sociálna demokracia. Smer-SD razila od svého vzniku ostrou levicově-populistickou rétoriku a postupně ve volbách obsazovala více a více postů. V prvních volbách v roce 2002 se umístila na třetím místě, následující volby v roce 2006 už vyhrála (Lupták, 2008, str. 58). Následovala výhra ve volbách 2010 (Štatistický úrad SR, 2010) a 2012 (Štatistický úrad SR, 2012), kdy dokonce Smer-SD získala nadpoloviční většinu mandátů a mohla tak vytvořit jednobarevnou vládu.

Fico byl předsedou vlády od roku 2006 do roku 2018 s přestávkou mezi lety 2010 až 2012, kdy byla předsedkyní vlády Iveta Radičová, neboť Ficovi se ani přes výhru ve volbách nepodařilo vládu sestavit (Vláda SR). V roce 2014 již z pozice předsedy vlády kandidoval na prezidenta. Přestože v prvním kole vyhrál, získal jen 28 % hlasů, bylo tedy vyhlášeno druhé kolo, ve kterém prohrál s podnikatelem a filantropem Andrejem Kiskou, jenž získal bezmála 60 % hlasů, oproti 40 %

získaných Robertem Ficem (Prezidentské volby 2014). Po odstoupení z premiérského křesla kandidoval začátkem roku 2019 na soudce Ústavního soudu Slovenské republiky, avšak neúspěšně. Zůstává i nadále poslancem Národní rady SR(ČTK, 2019).

Robert Fico několikrát čelil obvinění z korupce a musel vysvětlovat své napojení na osoby trestně stíhané, nebo i odsouzené za různé aktivity. Z těch nejvýraznějších (vyjma událostí z roku 2018, které jsou zpracovány samostatně v následující části) můžeme uvést:

- **rok 2015 – kauza Váhostav:**

Společnost Váhostav vyhrála řadu státních zakázek (například na dostavbu úseku D1 mezi Hubovou a Ivachnovou), přestože nabídka společnosti byla nevýhodnější než konkurenční nabídky. Navíc tyto státní zakázky získávala i poté, co v roce 2013 došlo k její restrukturalizaci, z čehož bylo zřejmé, že společnost nezvládá plnit své závazky vůči věřitelům. Novinářům se podařilo vypátrat, že vlastníkem akciové společnosti Váhostav je Juraj Široký, blízký spolupracovník strany Smer-SD. Robert Fico popřel všechna obvinění o tom, že by on nebo někdo jiný ze strany ovlivňoval veřejné zakázky ve prospěch Váhostavu a od Širokého se distancoval (Krajanová, Koník, 2015).

- **rok 2016 – kauza Bonaparte:**

Podnikatel Ladislav Bašternák je obviněn za daňové podvody v souvislosti s vysokými daňovými přeplatky, které byly jeho firmám neoprávněně vyplaceny v letech 2005, 2011 a 2012. Bašternák byl majitelem luxusního bytu o rozměrech bezmála 380 m² v bratislavském bytovém komplexu Bonaparte. Tento byt si od něj už od roku 2010 pronajímal Robert Fico za velmi výhodnou cenu (v době odstěhování Fica byl jeho nájem poloviční oproti běžné tržní ceně nájemného). Navzdory veřejnému Ficovu příslibu z roku 2017, že bude-li Bašternák obviněn, z jeho bytu se vystěhuje, se Fico odstěhoval až v roce 2019 poté, co byl Bašternák odsouzen a jeho majetek, včetně zmíněného bytu propadl státu a šel do dražby (Oravská, 2020).

- **rok 2019 – kauza Gorila:**

V prosinci roku 2011 pronikly na veřejnost prepisy odposlechlů ze soukromých jednání společnosti Penta. Její šéf Jaroslav Haščák

na nahrávkách hovoří se zástupci různých stran a nabízí úplatky za zjednodušení přístupu ke státním zakázkám a bezproblémovou privatizaci. Kauza významně rezonovala slovenskou politikou, avšak žádné tresty nepadly, neboť soud shledal nahrávky za nezákonné z důvodu zamlčení skutečného důvodu nahrávání v žádosti o policejní odposlech. Soud zároveň nařídil skartaci veškerých takto pořízených důkazů. V roce 2019 však byly přímo nahrávky (nikoli jen přepisy) při domovní prohlídce objeveny v trezoru Mariána Kočnera. Nahrávky byly následně anonymně zaslány několika slovenským redakcím. Při poslechu nahrávek bylo zjištěno, že se na oficiální přepis záznamu nedostala věta, v níž Robert Fico mluví o tom, že bývalý finančník Smeru-SD Fedor Flašík „vybral 250 na stranu a 8 (nebo 80 – na nahrávce není dobře rozumět) si nechal“. Robert Fico odmítá, že by ho nahrávka usvědčovala z jakéhokoli neetického či nezákonného jednání. Na dotaz, zda dokáže vysvětlit, proč se tato jeho věta v analytickém přepisu nahrávky nenachází, neodpověděl. (Reportéři ČT, 2019).

4.2 Slovenská politická krize v roce 2018

Koncem ledna 2018 otřásla Slovenskem informace o zavraždění investigativního novináře Jána Kuciaka a jeho snoubenky Martiny Kušnírové. Kuciak, který pracoval pro zpravodajský server Aktuality.sk se zaměřoval na případy s politickým přesahem. Krátce po jeho smrti uvedl policením prezident Tibor Gašpar, že pracují s verzí, že důvodem pro zavraždění mladého páru byla Kuciakova investigativní práce. Již v prvních zveřejněných informacích bylo uvedeno, že Kuciak před vraždou pracoval na tématu fungování organizovaného zločinu na slovenském území, konkrétně pak kalábrijské mafie 'Ndrangeta (Hospodářské noviny, 2018). Server aktuality.sk se následně rozhodl zveřejnit poslední Kuciakův nedokončený článek. V článku upozorňuje Kuciak na napojení od italské mafie přes italského podnikatele působícího na Slovensku k osobám v blízkosti až k premiéra.

Antonio Vadala, který v minulosti stanul před italským soudem v souvislosti s jeho aktivitami v klanu Libri, který je součástí 'Ndrangety, začal

podnikat na Slovensku v roce 2003 v oblasti polního hospodářství. Vadala později navázal styky s Máriou Troškovou, která byla před rokem 2014 jeho obchodní i životní partnerkou, a Viliamem Jasanem, který byl jeho obchodním partnerem. Trošková byla následně od března 2015 zaměstnána na úřadu vlády, kam ji o rok později následoval Jasaň. Oba byli blízcí spolupracovníci předsedy vlády, Trošková z pozice hlavní státní poradkyně byla často společně s Ficem přítomna na oficiálních akcích. Jasaň byl Ficem jmenován ředitelem kanceláře a tajemníkem Bezpečnostní rady státu. Jasaň se v této pozici zodpovídal přímo Ficovi.

Samotný Vadala se nijak netajil tím, že Smer-SD podporuje. Navíc Trošková a Jasaň nebyly jediné osoby ve Vadalově blízkosti, které měly souvislost se stranou. Bývalá ekonomka Vadalových firem, Monika Čorejová, za Smer-SD kandidovala v komunálních volbách a stranu Smer-SD označoval jako „naše strana“ (Kuciak, 2018).

Článek vyvolal řadu protestů, jejichž účastníci žádali řádné vyšetření možného napojení slovenských politiků na italskou mafii a vyvození důsledků. Týden po publikování článku svolal prezident Andrej Kiska konferenci, na které vyjádřil pochybnosti o důvěře občanů v současné politické vedení. Situaci podle něj může vyřešit buď reorganizace vlády, která by musela získat novou důvěru, nebo předčasné volby. Proti tomuto kroku se ještě ten den ohradil Robert Fico, který prezidenta obvinil ze stranění opozici. Zároveň prezidenta vyzval, aby respektoval to, jak se občané vyslovili v řádných volbách v roce 2016 (Pálková, Škraňková, Veselá, 2018).

Místo odstoupení Robert Fico obvinil prezidenta, že se snaží o destabilizaci současné politiky. Jako důkaz svého tvrzení uváděl to, že se prezident Kiska před necelým půl rokem sešel v New Yorku s Georgem Sorosem, který má mít dle Fica zájem na totální destabilizaci. Zároveň naznačil, že měl Soros platit účastníky demonstrací. Žádal po prezidentovi sdělení důvodu schůzky a vyjádření proč u takové schůzky nebyl přítomný nikdo z ministerstva zahraničních věcí. Prezident se k Ficovým obviněním vyjádřil, schůzku se Sorosem nepopřel a uvedl, že společně řešili otázku východoslovenských Romů, v jejichž problematice se filantrop George Soros dlouhodobě angažuje. Dále sdělil, že tato schůzka byla domluvena přes ambasádu a pracovník Ministerstva zahraničních věcí byl

na schůzce přítomen. Těmito obviněními premiér politické napětí neuvolnil. Naopak vedly k vyjádřením koaličních partnerů, a to hlavně ze strany Most-Híd, která Ficova obvinění označila za „nepochopitelná a neakceptovatelná.“ Ztráta koaličního partnera by mohla znamenat předčasné volby, neboť bez poslanců Most-Híd by koalice přišla o parlamentní většinu (Kern, 2018).

Dne 12.03.2018 vydala republiková rada strany Most-Híd jasné stanovisko, buď budou vyhlášeny předčasné volby, nebo strana odejde z koalice, což by mělo stejný účinek. Robert Fico nakonec podal dne 15.03.2018 demisi, na základě které se Most-Híd rozhodl v koalici zůstat. Fico svůj odchod podmínil třemi požadavky – aby nový premiér byl ze strany Smer-SD, aby prezident respektoval výsledky voleb 2016, a aby respektoval současnou koaliční smlouvu. Následně byl novým premiérem jmenovaný místopředseda strany Smer-SD Peter Pellegrini, kterého podpořili všichni koaliční partneři (TASR, 2018).

4.3 Peter Pellegrini

Ing. Peter Pellegrini absolvoval ekonomickou fakultu na Univerzitě Mateja Bela v Banské Bystrici a na Technické univerzitě v Košicích (ČTK, 2018). Do Smeru nastoupil již v roce 2000, tedy krátce po založení strany a jeho pozice ve straně postupně stále posilovala. Od roku 2002 působil jako asistent poslance Ľubomíra Vážného, následně v letech 2006 až 2012 byl poslancem NR SR. Tehdy si Pellegrini začal budovat pověst schopného politika. Mimo jiné například předložil novelu zákona, kterou přes zákon o ochraně a využívání zemědělské půdy omezil vlastnická práva majitelů lesních pozemků při výstavbě dálnic (Hajčáková, 2020).

Od roku 2012 do roku 2014 byl tajemníkem na ministerstvu financí (Havlíčková, 2020). Následně se roku 2014 nakrátko stal ministrem školství, když z funkce odstoupil Dušan Čaplovič. Když později téhož roku odstoupil Pavol Paška z funkce předsedy parlamentu, byl do funkce jmenován Peter Pellegrini. Po volbách v roce 2016 se Pellegrini stal místopředsedou parlamentu pro investice a informatiku (Hajčáková, 2020). V rámci této funkce byl Pellegrini v roce 2016 zároveň pověřen zastupováním předsedy vlády, a to během rekonvalescence, kterou Robert Fico postupoval po operaci srdce (sme.sk, 2016).

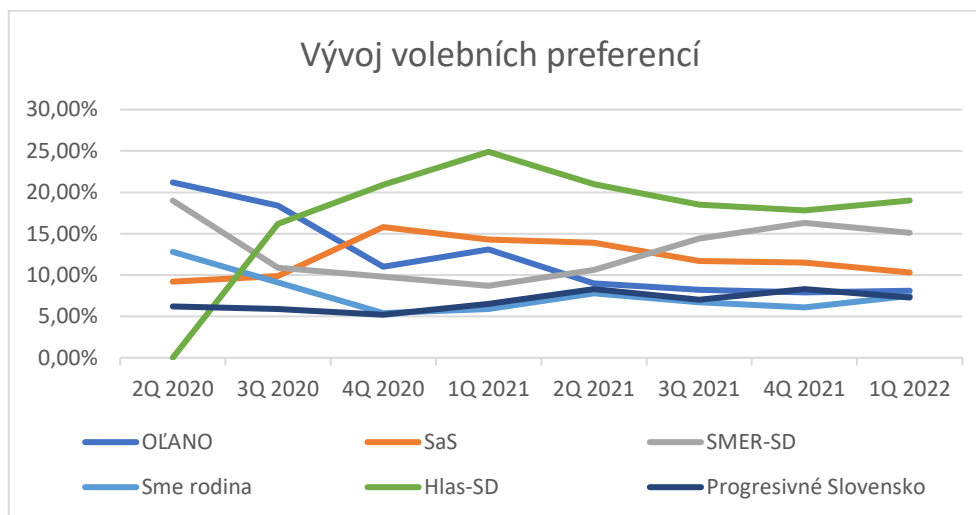
Poté, co Robert Fico podal dne 15. března 2018 demisi, byl sestavením nové vlády pověřen právě Peter Pellegrini. Ten následně předal prezidentovi Kiskovi podpisy 79 poslanců, kteří nový kabinet podpoří (TASR, 2018). Po předání předsednického křesla se Pellegrini jen těžko zbavoval označení za Ficova stínového předsedu. Nepomohlo jistě ani to, že když Robert Fico podával demisi a fakticky předával moc do rukou Petera Pellegriniho, mluvil pouze Fico, Pellegrini se ke slovu vůbec nedostal (Hajčáková, 2020).

I Pellegrini se ve funkci musel vyjadřovat k několika obviněním. Například byl požádán o předložení majetkových poměrů a následné vysvětlení, jak si mohl dovolit pořídit drahý byt, který byl součástí projektu Zuckermandel skupiny J&T. Pellegrini za uvedenou skupinu lobbval, aby jí bylo umožněno čerpat státní úlevy při výstavbě u Dunaje (Hajčáková, 2020).

Po výsledcích eurovoleb v roce 2019, kde se Smer-SD umístil až na druhém místě za koalicí PS a SPOLU (Evropský parlament 2019), byl Fico vyzván členy strany, aby opustil pozici předsedy strany a Pellegrini byl zároveň vyzván, aby na tuto pozici nastoupil (Ogurčáková, 2019a). Pellegrini se k tomuto tématu následně vyjádřil, avšak neprojevil přímý zájem (ale ani nezájem) o křeslo předsedy strany. Podle něj se jedná o vnitrostranickou záležitost, která by měla být řešena na členské úrovni a nikoli v médiích. Členskou diskusi vítá jako zájem o budoucnost strany, ale k dotazu, zda má zájem o předsednictví strany sdělil, že ho zajímá více obsah aktuální politiky a navrácení úspěšnosti Smeru-SD na výsledky z předchozích období. Pro další vyjádření následně odkázal média na Roberta Fica, jakožto předsedu strany (Ogurčáková, 2019b).

Avšak po porážce Smeru-SD v parlamentních volbách roku 2020 Pellegrini naznačil svůj zájem kandidovat na předsedu strany, když zároveň sdělil svou nespokojenost se současnou situací ve straně. Proti tomu se důrazně ohradil Fico, který na tiskové konferenci uvedl: „Velmi jasně říkám, že budu odmítat jakékoli projevy sluníčkářství v této straně.“ Přislíbil, že do vedení Smeru-SD dá všechny své zkušenosti, které v politice nasbíral, aby Smer-SD opět zaujal místo, které mu patří. (Bariak, 2020) Krátce poté, začátkem června 2020 oznámil na tiskové konferenci Pellegrini, že se vzdává funkcí ve straně a po vypořádání nezbytných kroků stranu opustí (Havlická, 2020). V listopadu 2020 se následně stal předsedou

nově založené strany Hlas – sociální demokracie (také Hlas-SD). Podle dat agentury Focus strana Hlas-SD od svého vzniku vede v průzkumech volebních preferencí, jak lze vypožorovat v grafu 1².



Graf č. 1 – Vývoj volebních preferencí

Zdroj: Autorka dle Focus 2021

Při sledování evoluce politické kariéry Petera Pellegriniho si nelze nevěšmout analogie s vývojem kariéry Roberta Fica. Oba zahájili své politické působení v etablované straně, kde se stali výraznými osobnostmi. Poté, co oba později projevíli zájem o pozici předsedy strany, v čemž neuspěli, se rozhodli původní partaj opustit a založit vlastní. Zároveň v obou případech vzbudila jejich nová strana velký zájem u voličů. V tuto chvíli ještě nelze hodnotit, zda zde podobnost končí, nebo zda se bude politická historie opakovat. Tato otázka však jistě nabízí vhodné zázemí pro další výzkum.

5. Metodologie

V páté části práce je nejprve blíže představen cíl práce a výzkumné otázky, kterými se k němu dopracujeme. Další částí této kapitoly je časové vymezení

² Data za období 07/2020 a 08/2020 nejsou k dispozici. V grafu jsou znázorněny strany, které alespoň v jednom ze sledovaných období získaly více, než 8 %.

zkoumaných příspěvků a konkrétní popis výzkumného procesu. Následně bude představena tematická analýza, která bude aplikována v analytické části.

5.1 Cíl výzkumu a výzkumné otázky

Cílem této práce je zjistit, nakolik a v čem se facebooková prezentace Petera Pellegriniho před volbami v roce 2020 lišila od prezentace Roberta Fica před volbami v roce 2016. Teoretické principy, které byly představeny ve druhé kapitole, predikují, že s ohledem na různé kauzy, které byly spojeny konkrétně s osobou Fica a které vedly k výraznému propadu strany u voličů, by měla propagace Pellegriniho vykazovat snahu o výrazné odlišení od minulého lídra. Tím by měla strana evokovat změnu, kterou se distancuje od předchozí značky s poškozenou pověstí.

V úvodní části výzkumu se zaměříme na to, zda je možné vypočítat změnu formy propagace mezi jednotlivými obdobími. Konkrétně pak, zda byl oběma lídrům na profilu strany Smer-SD v předvolebním období věnován stejný, nebo alespoň přibližně stejný prostor. Ke zjištění výsledku tohoto zkoumání budeme hledat odpovědi na níže uvedené otázky:

1. *Jak se lišila frekvence přidávaných příspěvků v obou obdobích?*
2. *V jakém poměru na všechny přidané příspěvky z daných období byly příspěvky personalizované, tj. zaměřené na sdělení o lídrovi?*

Následně se zaměříme na podrobné zkoumání obsahu sdělení v souvislosti s oběma kandidáty, kdy nás bude zajímat, jestli panovala v obou obdobích tematická shoda, či zda se zájmy lídrů lišily. Aby bylo možné dojít k jasnému výsledku, bude využita tematická analýza, kterou budeme v příspěvcích hledat odpovědi na tyto otázky:

3. *Ve spojitosti s jakými tématy byli na oficiálním stranickém facebookovém profilu prezentováni před volbami Robert Fico a Peter Pellegrini?*
4. *Byla témata u obou kandidátů shodná, případně bylo některé téma využíváno pouze v souvislosti s jedním z kandidátů?*

5.2 Časové a zdrojové vymezení a postup těžby dat

Zkoumání jsou podrobeny příspěvky na facebookovém profilu strany Smer-SD ve sledovaném období před volbami. Pro účely tohoto výzkumu bylo toto

období určeno podle časového vymezení volební kampaně dle Zákona č. 181/2014 Z.z.³, § 2, ods. (2): „*Volebná kampaň začína dňom uverejnenia rozhodnutia o vyhlásení volieb v Zbierke zákonov Slovenskej republiky (ďalej len „vyhlásenie volieb“)* a končí 48 hodín pred dňom konania volieb.“

Volby v roce 2016 byly vyhlášeny Rozhodnutím ze dne 12. listopadu 2015 a samotné datum konání bylo v sobotu 5. března 2016. První sledované období tedy je od 12. listopadu 2015 do 3. března 2016. Volby v roce 2020 byly vyhlášeny Rozhodnutím ze dne 5. listopadu a konaly se v sobotu 29. února 2020. Druhé sledované období tedy je od 5. listopadu 2019 do 27. února 2020. Délka obou sledovaných období je srovnatelná, neboť první zahrnuje 112 dní, druhé 115 dní. S ohledem na přibližnou kalendářní shodu zároveň obě období zahrnují i vánoční svátky, v kterých je možné pozorovat snížení frekvence přidávaných příspěvků. I z tohoto hlediska jsou tedy obě období relevantní ke srovnání.

Za každé ze sledovaných období budou sesbírány příspěvky z oficiálního facebookového profilu strany Smer-SD, které byly jednak vytvořeny přímo na profilu Smer-SD a také příspěvky, které byly profilem následně sdíleny⁴. Důležitou podmínkou zkoumaných příspěvků je uvedení jména či funkce některého z lídrů, tedy spojení konkrétního obsahu příspěvku s daným premiérem.

V prvním kroku je nezbytné vytvořit datový základ, tedy sesbírat veškeré příspěvky, které strana v obou obdobích na svém profilu sdílela. Facebook má k dispozici vyhledávací nástroj, v němž je možné jednoduše definovat za jaké období chceme zobrazit příspěvky. Všechny takto získané příspěvky, v této fázi bez ohledu na to, zda v sobě nesou odkaz na lídra, či ne, byly přkopírovány, případně přepsány do excelového souboru. Příspěvky za první a za druhé sledované období jsou zachyceny na samostatných listech.

³ Zákon o volebnej kampani a o zmene a doplnení zákona č. 85/2005 Z. z. o politických stranách a politických hnutiach v znení neskorších predpisov

⁴ Většinou se jedná o originální příspěvky některého z členů Smer-SD, které strana sdílí dále svým odběratelům.

Každý příspěvek obsahuje tyto informace, rozdělené do sloupců:

- pořadové číslo příspěvku (od nejstaršího, začínající označením „1“),
- datum přidání,
- odkaz na zdrojový příspěvek,
- přepis příspěvku (tj. znění textu, který je psán přímo při vkládání příspěvku),
- informaci, zda příspěvek obsahuje obrázek, příp. jeho přepis/popis,
- informaci, zda příspěvek obsahuje odkaz na jinou stránku/příspěvek, pokud ano, tak původce odkazu a příp. jeho přepis/popis
- informaci, zda příspěvek či obrázek či odkaz obsahují zmínku o lídrovi

Po získání základu dat je již v této fázi možné odpovědět na první dvě otázky, které se týkají frekvence přidávání příspěvků v obou obdobích a zda se jejich četnost lišila. K zodpovězení otázek zaměřujících se na obsah sdělení příspěvků je však nutné provést jejich hlubší analýzu.

5.3 Tematická analýza

Již při vytěžení základu dat byly příspěvky označeny, zda obsahují informace o lídrovi, proto můžeme tyto jednoduše vyfiltrovat a použít je jako datový soubor pro další část výzkumu. V této fázi již nezbývá mnoho potenciálu pro využití kvantitativní výzkumné metody, která je nápomocná spíše při zpracování náhodných výběrů dat, případně dat z experimentů či testů, statistickými metodami (Hendl, 2005, str. 46). Se zaměřením na konkrétní příspěvky je nutné vybírat mezi metodami kvalitativního výzkumu, kdy je text analyzován v celkovém kontextu, a který požaduje po výzkumníkovi porozumění komplexního obrazu (Hendl, 2005, str. 50). S ohledem na spíše kratší znění jednotlivých příspěvků byla zvolena metoda tematické analýzy, která umožní definovat téma, jehož se příspěvek týká. Postup při využití metody v tomto výzkumu vychází z práce Virginie Braun a Victorie Clarke (2006).

Autorky popisují tematickou analýzu jako základní metodu kvalitativní analýzy (Braun, Clarke, 2006, str. 4). Tematická analýza je hojně používaná, byť často není ve výzkumu za metodu označena, resp. může být popsána jako součást diskurzivní či obsahové analýzy. Případně ani není konkrétně identifikována žádná

metoda a je například pouze uvedeno, že „data byla podrobena kvalitativní analýze pro běžně se opakující témata“ (Braun, Clarke, 2006, str. 7).

Tematická analýza lze využít v případě, kdy máme dopředu stanovenou výzkumnou otázku, ale i v případě, kdy k datům přistupujeme bez předem určené otázky, ke které se necháme dovést až v průběhu zkoumání. Podle toho, o kterou z těchto eventualit se jedná, určujeme datovou sadu, kterou budeme následně zkoumat. Pokud není dopředu definovaná výzkumná otázka, pak mohou být datovou sadou všechna dostupná data. Jestliže k datům přistupujeme s již zvolenou výzkumnou otázkou, pak jsou datovou sadou ta data, která jsou konkrétně zaměřena ke zkoumané oblasti (Braun, Clarke, 2006, str. 6).

Při využití této metody je nezbytně nutné důkladně popsat způsob určení témat, neboť ta definuje výzkumník sám a bez jednoznačného vymezení je jen velmi obtížné zajistit replikovatelnost výzkumu (Braun, Clarke, 2006, str. 7). Výběr, resp. definici, témat autorky rozdělují do šesti fází:

1. Seznámení se s daty
2. Generování počátečních kódů
3. Hledání témat
4. Ověření témat
5. Definování a pojmenování témat
6. Vypracování zprávy

6. Empirická část

V této kapitole bude popsáno tematické třídění příspěvků podle šesti fází definovaných Braun a Clarke (2006).

6.1 Seznámení se s daty

V prvním kroku je nezbytně nutné se řádně seznámit s daty. Tento krok je přirozenější, pokud výzkumník získává data sám, protože už při jejich přípravě se s nimi na určité úrovni seznamuje. I v tomto případě je však doporučeno si data opětovně projít a řádně přečíst a seznámit se podrobně s jejich obsahem. Autorky zároveň doporučují tento krok ještě několikrát zopakovat, neboť i v průběhu generování kódů a témat získává výzkumník další podněty, díky kterým může při opakovaném čtení identifikovat nové vzorce (Braun, Clarke, 2006, str. 16).

Již v této fázi je možné začít s předběžným kódováním, či značením poznámek k možným tématům (Braun, Clarke, 2006, str. 17).

První fáze již byla částečně splněna při zpracování bodu 5.2, kdy již součástí zápisu dat byla kontrola, zda je v daném příspěvku odkázáno na lídra, či nikoli. V rámci kontroly bylo nyní v prvním kroku prověřeno, zda opravdu v žádném z příspěvků vyřazených z tematické analýzy nebyl odkaz na lídra. Při této kontrole jsem zároveň mezi prvním a druhým obdobím vyzorovala rozdíl mezi četností zmínky o jiných poslancích Smer-SD vyjma lídra. Tento bod nebyl původně do zkoumání zahrnut, ale s ohledem na možnou detekci změny v centralizaci zájmu v obou obdobích jsem dodatečně zkontrolovala všechny příspěvky a označila jsem kódem ty, které se zaměřují na jiného poslance Smer-SD⁵. Po dalším ověření, že jsou každého z listů⁶ vyfiltrovány pouze příspěvky, které souvisejí s lídrem a že žádný z příspěvků nebyl opomenut, jsem provedla důsledné čtení příspěvků, kdy jsem dle doporučení autorek již přiřadila možné kódy k daným příspěvkům.

6.2 Generování počátečních kódů

Po seznámení se s daty a prvotním ucelení obsahu příspěvků začíná podrobné kódování. „Kódy identifikují rys dat, která se zdá být pro analytika zajímavý, a odkazují na nejzákladnější segment nebo prvek ..., který lze smysluplným způsobem zhodnotit ohledně daného fenoménu.“ (Braun, Clarke, 2006, str. 18). V tomto kroku je nezbytné pracovat s příspěvkem systematicky a rozkládat je na konkrétní sdělení. V případě zkoumaných příspěvků je obvyklé, že jeden příspěvek obsahuje více kódů. Například v příspěvku:

*„BEZPEČNOSŤ SLOVENSKA SA STÁVA ABSOLÚTNOU
PRIORITOU*

*Robert Fico: „Možno aj na úkor iných oblastí považujeme
bezpečnosť našich ľudí, bezpečnosť Slovenskej republiky za niečo,
čo musí ísť absolútne dopredu a som rád, že sme v tomto duchu
urobili za posledné mesiace veľa poctivej roboty, ktorá bola často*

⁵ Ve druhém období jsem tuto zmínku dále rozšířila o zápis toho, kdy byl tímto jiným poslancem Robert Fico, který, jakožto předseda strany, zastával stále velmi důležitou pozici, přestože nebyl lídrem kandidátky.

⁶ Tj. v listu excelového souboru za první a druhé sledované období.

predmetom výsmeškov a pohrdania, ale varovali sme včas, že bezpečnostné riziká, ktoré sú dnes v Európe, sú také vysoké, že ich nemôžeme opomenúť.“ (Smer-SD, 2015a)

byly označeny tyto kódy:

- bezpečnost,
- činnost premiéra/vlády,
- připravenost,
- opozice bagatelizuje.

Kódování bylo nejprve provedeno u příspěvků z prvního sledovaného období. Zde bylo detekováno 28 kódů. Kódem byl vždy pojmenován nový sloupec, v případě, že se v řádku daného příspěvku vyskytoval kód, byl řádek v daném sloupci označen číslovkou jedna. Po dokončení kódování prvního období bylo možné se přesunout k období druhému, kdy již definovaných 28 sloupců s kódy bylo zkopírováno do tabulky nového období, pro usnadnění jejich případného detekování. Při zpracování kódů za druhé období bylo určeno 19 nových kódů, z toho důvodu byla provedena zpětná kontrola příspěvků za první období, zda se některý z nově detekovaných kódů objevuje i zde.

6.3 Hledání témat

Po rozkódování příspěvků byl z vytvořených kódů sestaven seznam a následně byly tematicky podobné kódy shlukovány a tříděny za účelem výběru potenciálního tématu. Dle doporučení autorek jsem pro třídění využila vizuální reprezentaci (Braun, Clarke, 2006, str. 19), kdy jsem kódy, které jsem zahrnula pod určité téma, sjednotila stejnou barvou štítku. Pro snížení počtu kódů jsem v rámci hledání témat rovněž sloučila některé z kódů, například kódy Bezpečnost a Bezpečnostní hrozby/konflikty byly sloučeny do jednoho kódu pod označením Bezpečnost a bezpečností hrozby/konflikty. Výsledek prvotního třídění témat je obsažen v Tabulce č. 1.

Kód	Přiřazené téma
Bezpečnost a bezpečnostní hrozby/konflikty	Bezpečnost
Domácí hrozby	
Koronavirus	
Ochrana hranic	
Činnost premiéra/vlády	Funkčnost

Ekonomický přínos pro SK	
Připravenost	
Snížení nezaměstnanosti	
Srovnání s předchozími vládami	
Stabilita	
Zahraníční spolupráce	
Zkušenost	
Zodpovědnost	
Drží slovo	
Lidský přístup	
Nejvyšší podpora z kandidátů na premiéra	Lidskost a sympatie
Nemocný premiér	
Osobní podpora premiéra v terénu	
Vyjádření soustrastí	
Kvóty	Migrace
Migrační krize	
Neměnný postoj	Neústupnost
Odmítání vlivu EU	
Amaterismus opozice	
Destruktivní opozice	
Matovič podvádí	
Média ve službách opozice	
Opozice klame a bagatelizuje	Kritika opozice
Opozice proti sociálním opatřením	
Opozici jde jen o mandát	
Slepenec	
Útok opozice	
Sociální balíčky	
Sociální stát	Sociální rétorika
Zlepšení životní úrovně/zvýšení platů	
Potrestání	
Spravedlnost pro všechny	Spravedlnost
Vražda dvou mladých lidí	
Volby	Volby

Tabulka č. 1 – Hledání témat

Zdroj: Autorka

6.4 Ověření témat

V rámci čtvrté fáze je nutné provést dvě úrovně kontroly zvolených témat, a to pro ujištění, že je téma dostatečně obsáhlé, ale zároveň pro ověření, zda se témata vzájemně nepřekrývají (Braun, Clarke, 2006, str. 21). V prvním kroku jsem opětovně přečetla datové extrakty, tentokrát již rozdělené na jednotlivá

témata. Pokud jsou kódy přiřazeny správně, je tímto získána ucelená tematická mapa. S ohledem na to, že předmětem zkoumání jsou dvě sledovaná období, bylo nezbytné opětovně prověřit obě období, neboť pro účely komparace je vhodné, aby byly pro obě období použity stejné kódy, které se vztahují v obou případech ke stejným tématům.

Po ověření témat jsem došla k následujícím závěrům – kód Ochrana hranic, který byl původně přiřazen pod téma Bezpečnost, byl přesunut pod téma Migrace, neboť v kontextu všech příspěvků vyplývalo, že se jedná o ochranu hranic za účelem zabránění vstupu nelegálním migrantům. Kód Přípravenost, který byl původně zařazen pod téma Funkčnost, byl v rámci ověření příspěvků v prvním sledovaném období přeřazen pod téma Migrace, protože opět ve všech případech v kontextu vyplynulo, že se týká připravenosti na očekávané migrační vlny. Při prověřování ve druhém sledovaném období byl nicméně tento kód jak ve významu přípravy proti migrační vlně, tak i připravenosti zdravotních složek v souvislosti s koronavirem. Z toho důvodu jsem se po úvaze rozhodla tento kód vyřadit, protože konkrétní téma lze vyvodit ve všech případech na základě jiných kódových označení a ponechání kódu Přípravenost by nebylo možné použít pro obě období ve stejném tématu.

Posledními zařazenými kódy, které jsem v rámci ověření opravila, byla Stabilita a Slepeneč. Stabilita byla původně zařazena pod téma Funkčnost, Slepeneč byl pod tématem Kritika opozice. Po ověření jsem tyto kódy sloučila a pod označením Stabilita vs. Slepeneč jsem je zařadila pod téma Volby, protože v této souvislosti se spojení objevovalo i v příspěvcích, kdy odkazovalo přímo na blížící se volby a na rozdíl v jednotě vládní a opozičních stran. Zrevidovaná témata jsou uvedena v Tabulce 2.

Kód	Přiřazené téma
Bezpečnost a bezpečnostní hrozby/konflikt	Bezpečnost
Domácí hrozby	
Koronavirus	
Činnost premiéra/vlády	Funkčnost
Ekonomický přínos pro SK	
Snížení nezaměstnanosti	
Srovnání s předchozími vládami	
Zahraniční spolupráce	

Zkušenost	
Zodpovědnost	
Drží slovo	Lidskost a sympatie
Lidský přístup	
Nejvyšší podpora z kandidátů na premiéra	
Nemocný premiér	
Osobní podpora premiéra v terénu	
Vyjádření soustrastí	
Kvóty	
Migrační krize	
Ochrana hranic	
Neměnný postoj	Neústupnost
Odmítání vlivu EU	
Amaterismus opozice	Kritika opozice
Destruktivní opozice	
Matovič podvádí	
Média ve službách opozice	
Opozice klame a bagatelizuje	
Opozice proti sociálním opatřením	
Opozici jde jen o mandát	
Útok opozice	
Sociální balíčky	Sociální rétorika
Sociální stát	
Zlepšení životní úrovně/zvýšení platů	
Potrestání	Spravedlnost
Spravedlnost pro všechny	
Vražda dvou mladých lidí	
Stabilita vs. slepenec	Volby
Volby	

Tabulka č. 2 – Témata analýzy

Zdroj: Autorka

6.5 Definování a pojmenování témat

Po dokončení tematické mapy nastává krok definování a konkrétního upřesnění každého tématu a jeho pojmenování. Zde nestačí jenom povrchní označení základního bodu, je nutné pochopit podstatu každého tématu, ale zároveň je třeba být obezřetný před příliš rozmanitým a složitým pojmenováním. „Je důležité, abyste obsah prezentovaných příspěvků nejen parafrázovali, ale určili, co je na nich zajímavého a proč!“ (Braun, Clarke, 2006, str. 22). Každé z témat je nutné zvláště analyzovat a posoudit jeho celistvost. Správně označené téma by mělo samo o sobě vypovídat příběh, který zároveň zapadá do celku spolu s ostatními

tématy. Jestliže je téma správně definováno, mělo by jít popsat v rozsahu několika vět (Braun, Clarke, 2006, str. 22).

6.6 Vypracování zprávy

V obou sledovaných obdobích bylo definováno celkem devět témat. Všechna témata jsou zastoupena v obou obdobích, ani po důsledném prověření nebylo detekováno žádné téma, které by bylo využito pouze u jednoho kandidáta. Témata jsou však u obou kandidátů zastoupena v rozdílném poměru. Poměr daných témat je však předmětem až následující části. V této kapitole jsou témata představena, přičemž jsou řazena abecedně. Pro přehlednost je zároveň u témat uvedeno, v jak se lišil přístup k dané oblasti v jednotlivých obdobích.

6.6.1 Bezpečnost

Téma bezpečnosti představovalo významný podíl v obou obdobích. V příspěvcích o bezpečnosti byli voliči povětšinou ujišťováni, že premiéři a jejich vláda dělá maximum pro to, aby byly pod kontrolou všechny hrozby:

„Vláda je akcieszopná a bude akcieszopná do poslednej hodiny svojho mandátu pokiaľ ide o bezpečnosť SROV.“ (Smer-SD, 2015d)

V příspěvcích k tématu lze pozorovat výraznou změnu v jeho výkladu v jednotlivých obdobích. Zatímco v souvislosti s Ficem jsou občani ujišťováni, že o jejich bezpečnost je postaráno, případně že premiér odmítá přehlížení rizik a zasazuje se o řešení daného problému:

„Robert Fico: "Nemôžeme tolerovať, že sú tu krajiny, ktoré nie sú schopné kontrolovať vonkajšiu hranicu Schengenu. Bolo by hazardom mlčať.“ (Smer-SD, 2015e),

v příspěvcích zmiňujících Pellegriniho je bezpečnost nabízena jako možnost volby, pro kterou se mohou občané rozhodnout:

„...Dnes stojíme na križovatke a rozhodujeme sa, aké bude naše Slovensko v budúcnosti. Či rozhádané, nestabilné a vystavené vonkajším aj vnútorným hrozbám alebo naopak, súdržné, sociálne a stabilné?“ (Smer-SD, 2019b)

Ve druhém období je zároveň více vyzdvižováno, že v danou dobu patří Slovenská republika mezi 25 nejbezpečnějších zemí, což však mohou změnit různé okolnosti, mj. migrační krize. Paradoxně je spojitost bezpečností s migrací výrazně častější během druhého předvolebního období, kdy byl příval uprchlíků do Evropské unie přibližně osminový (BBC, 2020), oproti hodnotám doby prvního sledovaného období, tj. přelomu let 2015-2016, kdy krize vrcholila:

„...Bolo by veľmi nebezpečné a nepríjemné, ak by cez hranicu na juhu Maďarska prešli desiatky tisíc migrantov a smerovali by aj smerom na Slovensko. ... Sme však pripravení ... zvládnuť zosilnený tlak migrantov na tejto hranici a ďakujeme Maďarsku za ich aktivity na južnej schengenskej hranici, pretože to prispieva k bezpečnosti a stabilite Slovenskej republiky.“ (Smer-SD, 2020k)

6.6.2 Funkčnost

Odkaz na funkčnost premiéra, potažmo jeho vlády, je možné identifikovat ve velkém poměru v obou předvolebních obdobích. Příspěvky k tomuto tématu především vyzdvižují přínosy vyjednaných dohod a přijatých zákonů. Patří sem zároveň některé příspěvky, které jsou provázány s migrací či bezpečností, v nichž jsou občané informováni, jaká opatření byla přijata pro jejich ochranu. V obou obdobích je často zmiňováno, jaké předvolební přísliby se již podařilo naplnit. V tomto typu příspěvků se často vyskytuje označení pro splněný úkol.

„NÁJOMNÉ BYTY PRE MLADÝCH ✓

Premiér R. Fico dnes označil za splnené prvé opatrenie z 3. balíčka pre ľudí. Vláda ním pomôže mladým rodinám. Na tento účel v prvej fáze vyčlenila 30 mil. eur, za ktoré by mohlo vzniknúť približne 1500 bytov.“ (Smer-SD, 2016d)

a

„Zamestnanosť mladých ✓

Ekonomický rast ✓

Sociálne opatrenia ✓

Nízka nezamestnanosť ✓“ (Smer-SD, 2020a)

V případě Roberta Fica je často v příspěvcích informace o uzavřených dohodách, které jsou spojeny s vytvořením nových pracovních míst:

„Vláde sa za tri roky podarilo vytvorit' celkovo 130-tisíc pracovných miest. Premiér dnes naznačil vznik niekoľko tisíc ďalších.“ (Smer-SD, 2015g)

a

„Pri nástupe vlády R. Fica v apríli 2012 bola celková miera nezamestnanosti na Slovensku 14,73 %. V marci 2016 budeme odovzdávať krajinu s evidovanou mierou nezamestnanosti na úrovni nižšou ako 10,6 %...“ (Smer-SD, 2016c)

I příspěvky z druhého období informovaly o snížení nezaměstnanosti, avšak častěji jsou zdůrazněny změny v systému sociálních příspěvků, konkrétně navýšení některých dávek či 13. důchod:

„My sme za tie roky urobili obrovské množstvo opatrení v sociálnej oblasti, čo sa týká materskej, čo sa týká zvýšenia ošetrovateľského, teraz ideme do dlhodobej starostlivosti, zvýšili sme na 90 dní OČRku pre tých, ktorí majú naozaj chorého človeka ... Samozrejme, že postupne zvyšujeme všetky tie dávky, oceňujú to práve tí ťažko postihnutí ľudia, alebo trvalo chorí, ktorí nám píšú, že sa konečne začalo v tejto veci konať...“ (Smer-SD, 2019c)

či

„Zajtra na rokovaní vlády SR schválime zákony, ktorými zdvojnásobíme rodinné prídavky a zakotvíme do zákona 13. dôchodok.“ (Smer-SD, 2020h)

Konkrétně otázka zdvojnásobení rodinných přídatků a schválení 13. důchodu byla s blížícími se volbami 2020 velmi často řešena příspěvcích zmiňujících lídra, neboť přibližně 14 dní před volbami se Smer-SD pokusil o zrychlené přijetí zákona ve stavu legislativní nouze, k čemuž podle opozičních poslanců nebyl zákonný důvod, a proto podali trestní oznámení. V pozdějším

hlasování byl zákon zamítnut. Schvalování zákona se řešilo prakticky do voleb a straně tak poskytlo efektivní nástroj na pravidelné informování o maximálním úsilí vlády.

„Schválime 13. dôchodok. Vyhráme voľby 2020. Pracujeme pre vás.“ (Smer-SD, 2020o)

6.6.3 Lidskost a sympatie

Příspěvky, v nichž bylo identifikováno téma Lidskost a sympatie byly převážně z druhého sledovaného období. Mohl tomu napomoci i fakt, že během druhého období častěji strana sdílela příspěvky samotného premiéra, než že by jeho vyjádření tlumočili ve třetí osobě. Je tedy například možné si jeho vlastními slovy přečíst vyjádření soustrasti k dopravní nehodě autobusu, při které zemřelo několik lidí:

„... V deň štátneho smútku sme si spolu s pani prezidentkou uctili pamiatku obetí stredajšej tragickej nehody... Sme s rodinami, ktoré prežívajú najťažšie chvíle v ich živote.“ (Smer-SD, 2019a)

Případně jeho vyjádření k občanům po zveřejnění výsledku průzkumu, koho si Slováci přeji jako budoucího premiéra, v němž se umístil na první pozici:

„... Milí priatelia, ďakujem Vám za dôveru, vyjadrenú v aktuálnom prieskume, koho ľudia považujú za najvhodnejšieho predsedu vlády... Teším sa, že táto snaha našla u vás odozvu. Budem robiť všetko pre to, aby som vás nesklamal.“ (Smer-SD, 2020b)

Oproti tomu v prvním období byly příspěvky k tomuto tématu psány ve třetí osobě:

„Aj ľudský prístup premiéra R. Fica umožnil príchod veľkej investície Jaguaru na Slovensko.“ (Smer-SD, 2015c)

a

„... Premiér Robert Fico v deň otváracieho ceremoniálu osobne podporil všetkých Košičanov a ich primátora Richarda Rašiho.“ (Smer-SD, 2016a)

K tomuto tématu byly zároveň přiřazeny i příspěvky, které byly přidány v souvislosti s blížícími se vánočními svátky. V příspěvku v prvním sledovaném období představil občanům, jak tráví svátky Robert Fico, který sděluje, že si Vánoce užívá podle rodinných tradic a vzpomíná na oblíbené vánoční jídlo:

„... Ako darčeky dostávam veľa kníh... Vianoce sú pre mňa spojené najmä s veľkým oddychom a čítaním toho, čo dostanem ako darček... Mama vždy robila veľmi hustú smotanovú hubovú polievku plnú hríbov. Jej neopakovateľná chuť a vôňa je to, čo vždy očakávame, keď my prídeme 25. decembra...“ (Smer-SD, 2015i)

Ve vánočním příspěvku z druhého období, který Smer-SD sdílel z profilu Petera Pellegriniho, vzpomíná premiér na pracovníky, kterých je i v době svátků zapotřebí ve službě:

„Nie každý dnes môže stráviť večer so svojimi blízkymi, pretože musia aj dnes, na Štedrý večer, pracovať. Pozdravujeme všetkých, ktorí sú dnes v práci. Policajtov, železničiarov, záchranárov, jednoducho všetkých, ktorí dnes pracujú, aby sme si my ostatní mohli užiť krásny Štedrý večer v kruhu svojich rodín.“ (Smer-SD, 2019e)

6.6.4 Migrace

Téma migrace se objevuje často v obou sledovaných obdobích. Příspěvky o lídrech se v jednotlivých obdobích k migraci vyjadřovaly ve shodném kontextu, kdy se oba premiéři proti přijímání migrantů jasně vymezovali:

„Tak, ako je náš postoj v migračnej kríze jasný a nemenný od začiatku a dnes sa potvrdzuje jeho správnosť, tak garantujeme jeho nemennosť aj po voľbách...“ (Smer-SD, 2016b)

a

„Smer bol vždy proti migrantom a na svojom postoji nič nezmenil.“ (Smer-SD, 2020g)

V prvním období byla otázka migrace velmi aktuální, příspěvky z tohoto období ubezpečují občany, že je zajištěna a stále posilována ochrana hranic:

„... Nastavili sme úplne novú formu ochrany zelenej hranice medzi Maďarskom a Slovenskom. Pravdepodobnosť nelegálneho prekročenia hraníc je mimoriadne nízka. Migranti tiež vedia, že ak ich chytia na Slovensku, budú vrátení do krajiny, odkiaľ prišli.“
(Smer-SD, 2015b)

Príspevky rovněž zdůrazňují Ficovo jasné odmítání povinných kvót na přerozdělení migrantů:

„Prestaňme sa tváriť, že našou povinnosťou je zakaždým sledovať len to, čo nám niekto iný prikáže. Prestaňme sa triasť pri predstave, že sa nám vyhráza, že nám niekto zoberie eurofondy,“ reagoval premiér v kontexte odmietnutia povinných kvót.“ (Smer-SD, 2015f)

Ve druhém sledovaném období se v příspěvcích Pellegrini snažil apelovat na to, že migrace je stále aktuální téma, které by se nemělo bagatelizovat. Upozorňoval, že s blížícím se jarem je nutné očekávat další vlnu migrace:

„... Pohnutá situácia vo svete i posledné udalosti na maďarských hraniciach ukazujú, že Európe stále hrozí prílev novej migračnej vlny. Na rozdiel od opozičných politikov nebudem toto nebezpečenstvo zľahčovať...“ (Smer-SD, 2020f)

6.6.5 Neústupnost

Téma neústupnosti, pod které spadá převážně odmítání nařizování (Evropské unie) a zdůraznění neměnnosti postojů, bylo ve druhém sledovaném období identifikováno pouze v příspěvku (Smer-SD, 2020g), který je již citován výše, v němž Pellegrini vyjadřuje neměnný postoj Smeru-SD vůči migrantům. V prvním sledovaném období bylo možné toto téma identifikovat ve více případech, a to především v souvislosti s migrací. V příspěvcích z prvního období se Fico vyhrazuje proti přejímání přístupu Evropské unie, mj. proti povinným kvótám, či proti nedostatečné kontrole:

„Robert Fico: "Nemôžeme tolerovať, že sú tu krajiny, ktoré nie sú schopné kontrolovať vonkajšiu hranicu Schengenu. Bolo by hazardom mlčať.““ (Smer-SD, 2015e)

Zároveň opakovaně vyjádřil odmítavý postoj proti zákazu vývozu pitné vody, který podle závěrů Evropské komise porušuje evropské normy:

„Robert Fico: "Je to strategická surovina a my sa tak jako aj v iných prípadoch za túto strategickú surovinu riadne postavíme. Myslím si, že pojdeme do veľkého konfliktu kvoli pitnej vode."“ (Smer-SD, 2016e)

a

„R. Fico: Voda je národné dedičstvo, vláda v spore s EK neustúpi: "Budeme viesť právny spor s plnou intenzitou, neustúpime tlaku a budeme trvať na tom, že ústavná ochrana a zákaz vývozu pitnej a minerálnej vody musí zostať súčasťou nášho ústavného systému."“ (Smer-SD, 2016j).

6.6.6 Kritika opozice

Príspevky, v nichž lídři hodnotí kroky opozice, je možné detekovat v obou obdobích. V prvním období příspěvky zachycují, jak se Fico vyjadřoval ve smyslu komparace vládou uskutečněných opatření vs. přístupu opozice. Například v příspěvku týkající se uzavřené dohody s Land Roverem bylo možné si přečíst:

„... Fico: Opoziční poslanci by nás najradšej zaškrtili, v ich očiach bola závišť.“ (Smer-SD, 2015h)

V prvním období byla opozice obviněna z útoku na facebookový profil Roberta Fica, čímž bylo vysvětleno momentální zablokování profilu. Závažnější obvinění, která byla vůči opozici vznesena, se pak týkala údajných podvodů Igora Matoviče a následné odsouzení nečinnosti poslanců v této věci:

„Igor Matovič potvrdil pravosť dôkazov predložených predsedom vlády...“ (Smer-SD, 2016f)

a

„Zatvorením si očí pred jasne preukázaným podvodom stratili akékoľvek právo moralizovať. Ukázalo sa, že teplé miesta na kandidátke sú schopní uprednostniť pred údajnými hodnotami, ktoré

doteraz hlásali. R. Fico: Biele vrany sa postojom ku kauze Matoviča zmenili na čierne.“ (Smer-SD, 2016g)

Ve druhém období je počet příspěvků mířených proti opozici výrazně vyšší a příspěvky jsou také útočnější. Pellegrini je v příspěvcích několikrát citován, když naznačil či přímo uvedl, že opozice nerespektuje demokratické principy Slovenské republiky a že záměrně či svou nekompetentností vyvolává chaos:

„... Deštruktívna opozícia a niektoré spolitizované médiá šíria výlučne negatívne správy...“(Smer-SD, 2019b)

a

„MY PRACUJEME PRE LUDÍ, OPOZÍCIA VYTVÁRA CHAOS... Po voľbách hrozí riziko chaosu, Vyhlasať, že sociálne opatrenia sú škodlivé, či podávať za ne trestné oznámenia je tragickou vizitkou dnešnej opozície, ktorej jediným programom je vytváranie konfliktov v našej spoločnosti.“ (Smer-SD, 2019m)

a

„... (opozícia) Neváha zneuctovať základné demokratické pravidlá, len aby potlačila iný názor ako jej...“ (Smer-SD, 2020n)

Poté, co opoziční poslanci podali trestní oznámení za porušení zákona, když Smer-SD žádal o přijetí návrhu na zvýšení sociálních dávek ve stavu legislativní nouze, ke které dle opozice nebyl důvod, zněl příspěvek sdílený z Pellegriniho profilu takto:

„PRE LIBERÁLOV Z PS/SPOLU A SAS JE POMOC DÔCHODCOM A RODINÁM ZLOČINOM...“ (Smer-SD, 2020i)

Když následně zákon o 13. důchodu a zdvojení přídavků neprošel hlasováním, premiér výsledek podal tím způsobem, že opozice nechce tyto dávky občanům zvýšit. V tomto smyslu veřejně vyzval opozici:

„... Ak máte naozaj odvahu, vyjdite von, vyberte sa medzi dôchodcov a povedzte im, že im nechcete dať 13. dôchodky. Povedzte mamičkám s deťmi, že im nechcete dať dvojnásobné rodinné prídavky. My totiž

Ľuďom aj 13. dôchodky, aj dvojnásobné rodinné prídavky dáme... “
(Smer-SD, 2020m)

6.6.7 Sociální rétorika

Příspěvky, v nichž bylo identifikováno téma sociální rétoriky, byly v prvním sledovaném období pevně propojeny s tématem funkčnosti. Každý, ve kterém se objevovalo toto téma, zároveň apeloval na vykonané kroky, a to především pro zvýšení dávek, snížení nezaměstnanosti a pomoci s bydlením.

Ve druhém období se sociální rétorika rovněž objevovala často v souvislosti s funkčností, ale již ne výhradně. V souvislosti s tím, že před volbami byla častým předmětem příspěvků snaha o zdvojnásobení dávek a schválení 13. důchodu – jak je uvedeno výše – byla sociální otázka častěji používaným tématem ve druhém období, než v tom prvním.

Stejně jako u předchozích témat se v příspěvcích ve druhém období využívaly k zaujetí voličů vize možných negativních budoucích událostí v kombinaci s nabídkou jistoty:

*„PETER PELLEGRINI NA SLÁVNOSTNOM SNEME STRANY
"Každý jeden človek na Slovensku musí mať istotu, že keď sa dostane
do ťažkej životnej situácie, štát mu podá pomocnú ruku a nenechá
ho napospas trhu a zúfalému boju o prežitie."“* (Smer-SD, 2020d)

a

*„Dnes sú však pred nami zložité časy: migranti, krize okolo Brexitu.
Čelíme však aj domácim hrozbám... Slovensko potrebuje zmenu,
potrebujeme pozitívnu a najmä zodpovednú zmenu..., ktorá
zabezpečí lepší život všetkým Slovenkám a Slovákom. Ako predseda
vlády vám všetkým ponúkam práve takúto zodpovednú zmenu:
sociálne opatrení, zlepšení zdravotníctví, spravodlnosť pro všetky,
nejnižší nezaměstnanost... “* (Smer-SD, 2019b)

6.6.8 Spravedlnost

Téma spravedlnosti bylo velmi časté ve druhém sledovaném období a jednalo se o reakci na demonstrace, které vyústily ve vládní krizi, po vraždě Kuciaka a Kušnírové. Občané požadovali dopadení pachatelů a jejich potrestání. Pellegrini, který následně nahradil Fica na pozici předsedy vlády, se zavázal, že spravedlnost platí pro každého a nehledě na to, o koho se jedná, bude každý pachatel potrestán. K tomuto příslibu a jeho plnění, se před volbami v roce 2020 často vracel. V žádném z příspěvků však nebylo uvedeno jméno Kuciaka a Kušnírové. Příspěvky zmiňovaly vraždu dvou mladých lidí, případně novináře a jeho přítelkyně:

„... Vražda dvoch mladých ľudí vyplavila emócie a rozdelila Slovensko...“ (Smer-SD, 2019b)

a

„... Pri vyšetovaní vraždy dvoch mladých ľudí má polícia voľné ruky. Nebudeme žiadne kauzy zametať pod koberec...“ (Smer-SD, 2019d)

a

„...Do tejto funkcie som nastupoval v pohnutom období s tromi jasnými prioritami: spraviť všetko pre vyšetrenie dvojnásobnej vraždy a dolapenie páchatel'ov, ...“ (Smer-SD, 2020b)

a

„... Po nástupe do vlády som si dal tri priority: čo najskôr vyšetriť vraždu novinára a jeho priateľky, a páchatel'ov pohnať pred súd...“ (Smer-SD, 2020l)

V příspěvcích zmiňujících Pellegriniho je opakovaně apelováno na to, že spravedlnost platí pro všechny, a to nejen v souvislosti s vraždou Kuciaka a Kušnírové, ale rovněž v jiných kauzách, ve kterých mělo docházet ke zneužívání funkcí:

„Som veľmi rád, že aj dnes je slovenská verejnosť svedkom, že nikto na Slovensku nie je chránenou osobou. Ráno sa uskutočnila akcia s názvom Hmla, v rámci ktorej NAKA vykonala rôzne úkony v rámci domových prehliadok u mnohých sudcov, bývalej štátnej tajomníčky,

ako aj podnikateľa z Nitry. Opäť pripomínam, koľko bolo kriku, ako nikto nič nebude robiť, ako niekto požíva výsostné postavenie a požíva nejakú ochranu vlády alebo politických špičiek. My sme sa na rozdiel od mnohých iných správali zodpovedne a venovali sa práci, ktorej sme sa venovať mali a dnes to prináša výsledky.“ (Smer-SD, 2020e)

a

„Dnešné rozhodnutie súdu v zmenkovej kauze vnímam ako potvrdenie toho, že na Slovensku platí „padni komu padni“ a nikto nie je „chránenou zverou“ pred spravodlivosťou. Urobil som konkrétne kroky v polícii a vytvoril podmienky na zmeny v prokuratúre a súdnictve. Som rád, že prinášajú konkrétne výsledky. Všetci, čo porušujú zákon, musia byť potrestaní.“ (Smer-SD, 2020q)

Pro prví sledované obdobie nebylo toto téma kľúčové. Jediné dva príspevky, ktoré sa zabývaly spravodlivosťou, sa týkali migrácie, kedy boli občania ubezpečení, že pokiaľ sa niektorý z migrantov dopustí na území SR trestného činu, bude potrestaný. Spravodlivosť nehrala rolu ani v príspevkoch, ktoré sa zabývaly podvodmi, ktorých sa mal dopustiť Igor Matovič. Ten bol síce nazvaný podvodníkom, ale v príspevkoch nebol identifikovaný žiadny apel na to, že by mal byť hnáť k zodpovednosti:

„Igor Matovič potvrdil pravosť dôkazov predložených predsedom vlády. Týmto priznal fiktívnu operáciu, ktorou v r. 2008, deň pred daňovou kontrolou, previedol svoju firmu na bieleho koňa s jediným cieľom - zbaviť sa účtovníctva. Sám seba usvedčil v priamom prenose, že je podvodník. Obhajoval sa dokumentmi z daňových kontrol, ktoré vraj majú vyvrátiť podozrenia voči jeho osobe. Predseda vlády SR už na nasledujúcej tlačovej besede ukáže, ako si Igor Matovič tieto dokumenty vybavil.“ (Smer-SD, 2016f)

6.6.9 Volby

K tématu voleb se v obou obdobích objevilo několik příspěvků. V prvním období bylo mottem „Stabilita vs. zlepenec“, v tomto duchu byly prezentovány příspěvky z období Ficovy vlády, Smer-SD je stabilní volbou, naopak opozice představuje „slepenec“:

„Fico: Ľudia si vyberú, či chcú dvojkoalicu so Smerom alebo zlepenec“ (Smer-SD, 2016h)

a

„Slovensko má 5. marca jednoduchú voľbu. Stabilitu alebo opäť ďalší pravicový zlepenec so všetkým, čo sme tu v minulosti mali.“ (Smer-SD, 2016k)

Ve druhém období je mottem „zodpovědná změna“, kterou má přinést opětovné vítězství Smeru-SD:

„Len Peter Pellegrini prinesie zodpovednú zmenu a sociálne opatrenia pre Slovákov! Pridajte sa k jeho víťazstvu.“ (Smer-SD, 2020j)

a

„... voliči si 29. februára môžu zvoliť zodpovednú vládu na čele s Peter Pellegrini alebo nezodpovednú zmenu zloženú z politických amatérov.“ (Smer-SD, 2020c)

Zároveň jsou v příspěvcích ve druhém období varování před opozicí složenou z amatérů, která v případě vítězství zruší nebo omezí sociální zajištění občanů. Naopak po neschválení návrhu zákona o navýšení dávek příspěvky jménem Pellegriniho slibují, že s dostatečným mandátem strana tento zákon prosadí v dalším volebním období:

„... Ak bude mať Smer-SD silný mandát od ľudí, presadí toto opatrenie v nasledujúcom volebnom období...“ (Smer-SD, 2020p)

7. Komparace sledovaných období

V předchozí kapitole byly popsány jednotlivá témata, včetně toho, jak se prezentace daného tématu v obou obdobích lišila. V této kapitole se zaměříme na komparaci poměru příspěvků v obou obdobích, jako i poměru příspěvků ke každému z témat.

7.1 Poměr příspěvků o lídrovi

V prvním sledovaném období, které trvalo celkem 112 dnů, bylo na profilu strany Smer-SD sdíleno celkem 116 příspěvků, průměrně tedy přibližně jeden denně. Z toho téměř v polovině příspěvků byl zmíněn Robert Fico. Příspěvky týkající se lídra byly psány přímo stranou, žádný z nich není přesdílený z facebookového profilu Roberta Fica⁷. Tři z příspěvků odkazovaly na text psaný Ficem, a to dva na premiérově blogu a jeden premiérem psaný komentář na aktuality.sk. V tomto období však byla často využívána přímá citace, kdy příspěvek vložený na profilu Smer-SD začínal jménem premiéra, dvojtečkou a citací premiérova sdělení.

Ve druhém období, které trvalo celkem 115 dnů, bylo na profilu strany Smer-SD sdíleno celkem 201 příspěvků, průměrně tedy 1,75 příspěvků denně. Z tohoto počtu je Peter Pellegrini zmíněn v 69 příspěvcích, což odpovídá přibližně jedné třetině. Z tohoto počtu bylo 22 příspěvků přímo psáno premiérem, resp. strana Smer-SD je na svém profilu sdílela z Pellegriniho profilu.

Při zkoumání poměru příspěvků, které se v každém z období zmiňují o lídrovi, bylo možné zachytit změnu, která se týkala poměru zmínek o jiných politicích strany. V prvním období byl pouze v desetině příspěvků zmíněn jiný politik, než Fico. Oproti tomu ve druhém období byl jiný politiky Smeru-SD zmíněn v 63 příspěvcích. V 16 případech byl tímto jiným politikem Robert Fico, který i ve druhém období zastával důležitý post předsedy strany, a tak je zřejmé, že byl i nadále v příspěvcích zmiňován. I pokud však eliminujeme příspěvky, které ve druhém období zmiňovaly Fica, zůstane 47 příspěvků, v nichž je zmíněna jiná osobnost strany, tj. 23 %.

⁷ Podle informací na aktuálním profilu Robert Fico (https://www.facebook.com/robertficosk/about_profile_transparency) byl tento profil založen až 20. září 2017

	1. období	2. období
Zmíněn lídr	43,1 %	34,3 %
Zmíněn jiný politik než lídr a/nebo předseda strany	10,3 %	23,4 %

Tabulka č. 3 – Komparace odkazů na lídra a ostatní straníky

Zdroj: Autorka

Tabulka č. 3 znázorňuje procentuální zastoupení příspěvků, ve kterých byli zmíněni lídři a ve kterých byli zmíněni jiní politici strany. Z hodnot je zřejmé, že oproti prvnímu období lze pozorovat snahu o decentralizaci soustředění zájmu na lídra. Smer-SD se ve druhém období méně prezentuje jako strana jedné výrazné osobnosti, resp. jako dvou osobností (lídra a předsedy) a dává více prostoru ostatním straníkům.

7.2. Poměr využití témat

Na úvod této části je nezbytné zmínit pravidlo určení témat. Jak bylo uvedeno v kapitole 6.2 Generování kódů, jeden příspěvek může obsahovat několik kódů a právě tak i několik témat. Při určování témat jsem se však řídila pravidlem, že každé téma může být v jednom příspěvku pouze jednou. Například v příspěvku:

„Robert Fico k protestu Nemecka proti samitu V4 o migračnej kríze: "Dostali sme demarš, jako si dovoľuje V4 bavit' sa s Bulharskom a Macedónskom o ochrane vonkajších hraníc. Samit V4 prebehne a prideme s konkrétnymi návrhmi, pretože ak Grécko nie je schopné a nemá záujem chrániť vonkajšie hranice Schengenu, musíme chrániť tieto hranice niekde inde."“ (Smer-SD, 2016i)

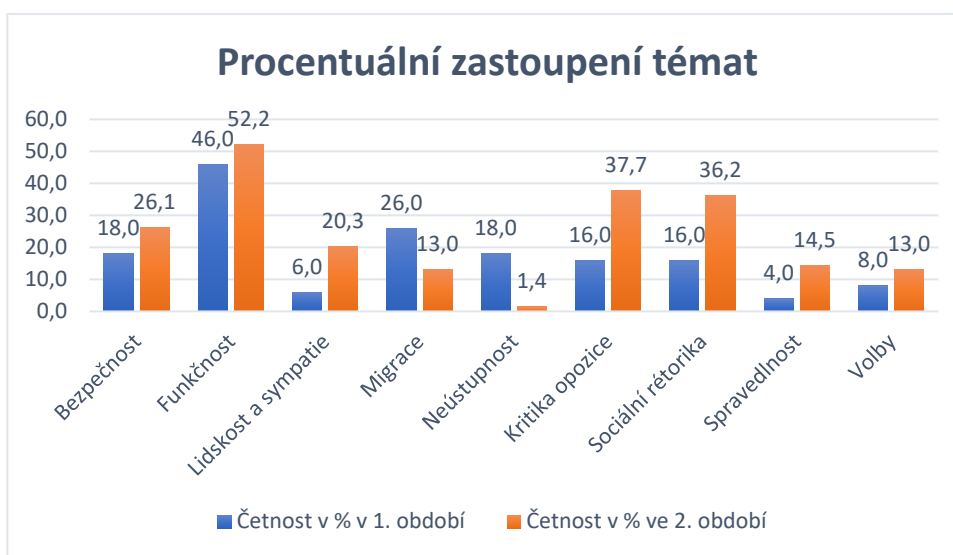
byly označeny tyto kódy:

- činnost premiéra/vlády (téma Funkčnost),
- zahraniční spolupráce (téma Funkčnost),
- migrační krize (téma Migrace),
- ochrana hranic (téma Migrace),
- odmítnutí vlivu EU (téma Neústupnost).

K příspěvku tedy bylo přiřazeno pět kódů, ale pouze ke třem tématům. Z toho důvodu je příspěvek evidován u třech témat – Funkčnost, Migrace

a Neústupnost. U každého z témat pouze jednou, navzdory tomu, že k Funkčnosti resp. Migraci se vztahovaly dva kódy.

Dále upřesňuji, že základem poměru, který zde bude definován, jsou příspěvky vztahující se k lídrovi. Pokud tedy například bude uvedeno, že je nějaké téma obsaženo ve 20 %, znamená to, že téma se objevilo u 20 % příspěvků, které byly spojeny s osobou lídra. Tato vysvětlení považuji za důležitá pro další rozbor v této části práce.



Graf č. 2 – Procentuální zastoupení témat

Zdroj: Autorka

Jak je možné vyčíst z grafu č. 2, ve druhém období byla téměř všechna témata použita více, než v období prvním. Výjimku tvoří pouze téma Migrace, jehož využití kleslo prakticky na polovinu, oproti předchozímu období, a dále téma Neústupnosti, které se v souvislosti s Pellegrinim téměř nevyskytuje. Naopak nejvýraznější nárůst evidujeme u využití témat Kritika opozice a Sociální rétorika, která v mezidobí vzrostla o více než 20 procentuálních bodů.

Důvodem, proč je možné ve druhém období evidovat navýšení použití téměř všech témat, je změna rysů příspěvků, resp. množství témat, která jsou v jednom příspěvku zmíněna. Zatímco v prvním období identifikujeme u 50 sledovaných příspěvků 79 použití některého z témat, ve druhém období je v 69 příspěvcích identifikováno 148 z hledaných témat. Z toho vyplývá, že příspěvky týkající

se Roberta Fica se zaměřovaly většinou na jedno konkrétní téma, případně ve spojitosti s jiným tématem, které k němu bylo propojeno⁸. Ve druhém období lze však sledovat změnu, kdy není výjimkou, že jeden příspěvek zahrnoval i čtyři či více témat. Témata v těchto příspěvcích na sebe často přímo nenavazují a jsou použita spíše náhodně, aby utvořila celistvý obraz a zahrnula všechny oblasti, které by čtenáře mohly oslovit. Cituji příklad, v němž je evidováno nejvíce použitých témat v rámci jednoho příspěvku:

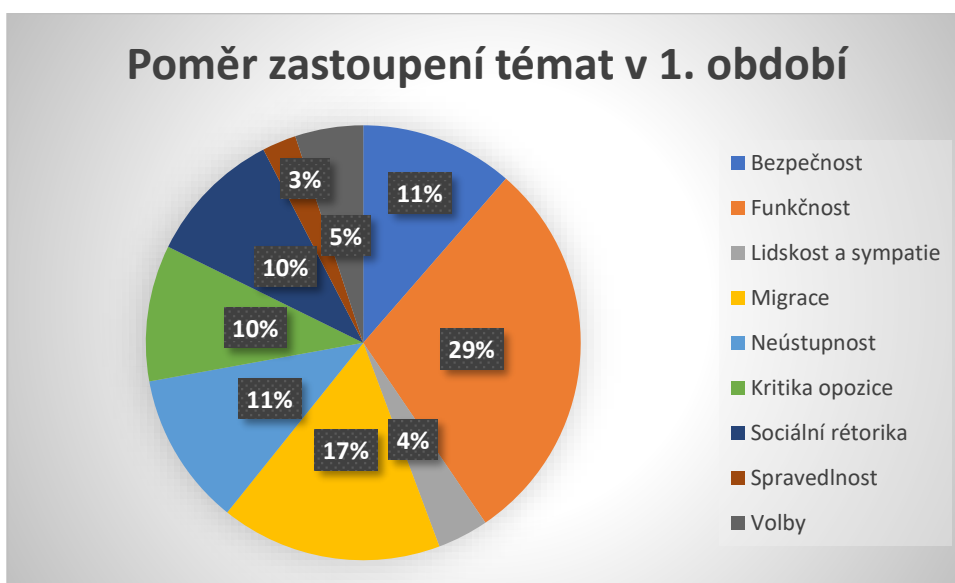
*„Peter Pellegrini 2020 Zodpovedná zmena: Za 30 let od revolúcie sa Slovensko zmenilo. Máme demokraciu, slobodu, možnosti cestovať i kvalitnejší život. Dnes sú však pred nami zložité časy: migranti, kríže okolo Brexitu. Čelíme však aj domácim hrozbám. Vražda dvoch mladých ľudí vyplavila emócie a rozdelila Slovensko. Deštruktívna opozícia a niektoré spolitizované médiá šíria výlučne negatívne správy. Slovensko potrebuje zmenu, potrebujeme pozitívnu a najmä zodpovednú zmenu. Zmenu, ktorá zabezpečí lepší život všetkým Slovenkám a Slovákom. Ako predseda vlády vám všetkým ponúkam práve takúto zodpovednú zmenu: sociálna opatrení, zlepšení zdravotníctva, spravodlivosť pre všetkých, najnižší nezamestnanosť. Ochrana pred vonkajšími hrozbami. Dnes stojíme na križovatke a rozhodujeme sa, aké bude naše Slovensko v budúcnosti. Či rozhádané, nestabilné a vystavené vonkajším aj vnútorným hrozbám alebo naopak, súdržné, sociálne a stabilné?“
(Smer-SD, 2019b)*

Při znázornění poměru využití témat, kdy součet všech použitých témat v příspěvcích je 100 % za dané období, zjistíme, že v prvním období⁹ bylo v příspěvcích nejvíce apelováno na Funkčnost, kterou následovalo téma Migrace. Další čtyři témata jsou s minimálním rozdílem a byla použita prakticky ve stejném poměru, jedná se o Bezpečnost, Neústupnost, Kritiku opozice a Sociální rétoriku. Zbývající tři témata – Lidskost a sympatie, Spravedlnost a Volby se vyskytují ve velmi malém poměru, kdy jde o jednotky procent.

⁸ Například téma Migrace a Bezpečnosti.

⁹ Graf č. 3

V prvním sledovaném období tvořila Funkčnost téměř třetinu příspěvků, tedy každý třetí příspěvek zdůrazňoval, jak je premiér či jeho vláda funkční. Oproti tomu pouze každý šestnáctý příspěvek představoval Fica běžného či soucitného člověka. Z toho můžeme vyvozovat, že nebylo zájmem strany přibližovat Fica po lidské stránce, ale spíše kladla důraz na výsledky. Sociální tematika byla zmiňovaná jen v desetině případů, což může být pro levostředovou stranu spíše malý poměr.

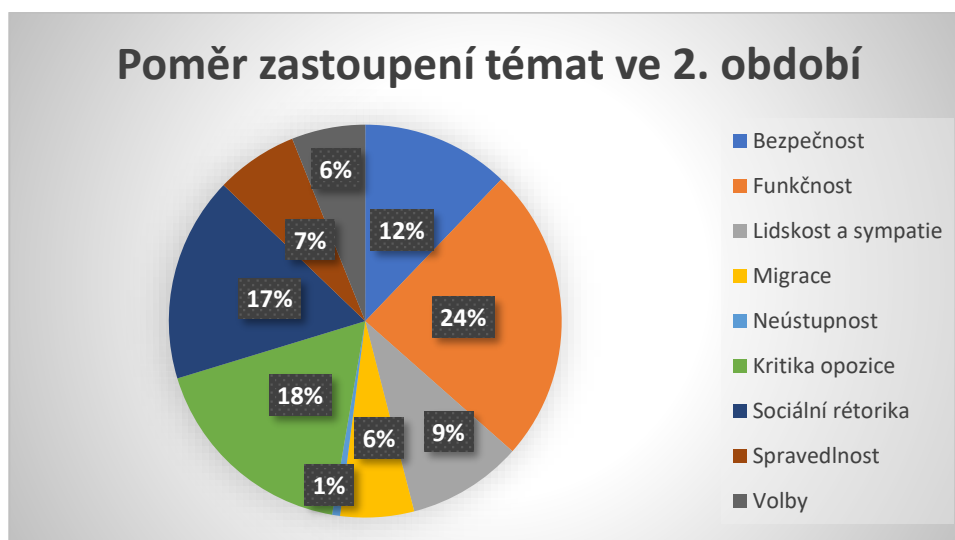


Graf č. 3 – Poměr zastoupení témat v 1. období

Zdroj: Autorka

Ve druhém období¹⁰ můžeme pozorovat shodu v nejčastěji využívaném tématu, kterým byla opět Funkčnost. Ostatní poměry se však od předchozího období lišily. Kritika opozice a Sociální rétorika jsou druhým, resp. třetím nejčastěji používaným tématem. Kolem hranice 10 % se pohybují témata Bezpečnost a Lidskost a sympatie. V nejmenším poměru pak byla využita témata Spravedlnost, Migrace a Volby. Na samé hranici zobrazení je pak téma Neústupnosti, které v souvislosti s Pellegrinim téměř nebylo použito. Naopak v tomto období evidujeme zvýšení celkového poměru příspěvků, které apelují na lidskost lídra, který již není prezentován jen jako funkční stroj, ale jako člověk, který má city a jeho cílem je pomoc občanům.

¹⁰ Graf č. 4



Graf č. 4 – Poměr zastoupení témat ve 2. období

Zdroj: Autorka

7.3 Aplikace teoretických přístupů a výsledky výzkumu

Pro zhodnocení, zda byla změna lídra použita k částečnému rebrandingu vycházíme z teorie, že značka lídra má fungovat v souladu se značkou strany. V tomto kontextu bylo tedy zkoumáno, zda můžeme registrovat výraznou změnu mezi obsahy sdělení. Během výzkumu bylo zjištěno, že všechna hlavní témata zůstala v prezentaci obou lídrů obsažená, byť se lišila frekvence jejich použití. U žádného z témat nebylo evidováno vyjádření ze strany jednoho lídra, které by bylo v opozitním významu než u kandidáta druhého. Lze sice detekovat snahu o jisté prvky rebrandingu v podobě cílení na dosažení spravedlnosti, důraz na lidskost a osobitost nového lídra, avšak zároveň se strana snažila udržet i předchozí témata, přestože již nebyla aktuální. Straně mohlo uškodit i to, že Robert Fico zůstal i nadále jejím předsedou, přestože to byly převážně kauzy ve spojitosti s jeho osobou, které vyvolaly krizi a vedly ke ztrátě preferencí. V tomto kontextu je možné potvrdit, že Smer-SD nevyužil zcela potenciálu k rebrandingu, který výměna lídra nabízí.

7 Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo zjistit, zda podle očekávání došlo ke změně prezentace nového lídra před volbami 2020. Z výsledků zkoumání je možné potvrdit, že Peter Pellegrini byl prezentován jiným způsobem, a přestože klíčová témata příspěvků zůstala stejná, jako před volbami v roce 2016, lišila se v četnosti, a hlavně v kontextu v němž byla předávána.

Na rozdíl od příspěvků z prvního období, ve kterých lídr působí jako osoba rozhodná, neústupná a věcná, je možné ve druhém období evidovat spíše snahu o deskripci lídra coby osoby empatické, s morálním kodexem, upozorňující na případná rizika. Zatímco v příspěvcích Roberta Fica je popsáno, jakým způsobem dochází k ochraně bezpečnosti, příspěvky Petera Pellegriniho spíše varují před možnými způsoby jejího narušení.

Pod Ficovým vedením je vyzdvižováno, o kolik jsou vládní úspěchy lepší, než za doby fungování minulé opoziční vlády – tedy je využit pohled pozitivní pro Smer-SD, naopak příspěvky ve druhém období jsou zaměřeny jednoznačně na negativní pohled na opozici, která je několikrát označena za neorganizovanou až neschopnou. V obou obdobích je opozice obviňována z různých negativních kroků vůči vládě. Avšak zatímco v prvním má jít o zablokování profilu Roberta Fica, v horším případě o údajné podvody I. Matoviče, ve druhém období je mj. naznačeno, že opozice může za stávkou dopravců s cílem ovlivnit výsledky voleb, že se snaží vytvářet konflikty ve společnosti a ohrožuje demokratické principy fungování státu.

V příspěvcích ve druhém sledovaném období je také možné vypozařovat změnu v centralizaci vedení, kdy Pellegrini je sice prezentován jako premiér, lídr aj., ale na rozdíl od předchozích voleb, jsou ve velké míře zmíněny i jiní členové vlády a Pellegrini je tak prezentován téměř jen jako hlavní z několika součástí stroje než jako stroj samotný, který by vládu táhl, jako tomu bylo u Fica.

Navzdory změnám v rétorice nelze tvrdit, že se těmito změnami snaží Smer-SD pomocí nového lídra rebrandovat a odpoutat od Roberta Fica. U této případové studie lze předpokládat, že jedním z důvodů může být skutečnost, že Fico, jakožto zakladatel a hlavní osoba strany, i nadále zůstává ve straně aktivní, a dokonce zůstává na pozici jejího předsedy, čímž je případ specifický.

ZDROJE

Literatura

Banez Benites, C. C., Palacios Garay, J. P. & Escalante Flores, J. L. (2021). Collaborative learning and communication skills in virtual environments in times of pandemic. *Revista Gestão Inovação e Tecnologias*, 11(3), 697-709. Dostupné z https://www.researchgate.net/publication/353412856_Collaborative_Learning_and_Communication_Skills_in_Virtual_Environments_in_Times_of_Pandemic (15.02.2022)

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. Dostupné z: <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa> (12.06.2022)

Davies, G. and Mian, T. (2010). The reputation of the party leader and of the party being led. *European Journal of Marketing*, 44(3/4), 331-350. Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/03090561011020453> (19.02.2022)

Ferreira da Silva, F. (2021). Party organizational change and leader effects on voting behavior: Linking the electoral and party faces of presidentialization. *Party Politics*, 27(4), 803-813. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1354068819893511> (19.02.2022)

Jablonski, A. W. a kol. (2006). *Politický marketing – teorie a praxe*. Brno: Barrister & Principal.

Janik-Wiszniewska, M. (2006). Politická propagace a politická reklama. In: A. W. Jablonski a kol. *Politický marketing – teorie a praxe* (str. 123-140). Brno: Barrister & Principal.

Jiráček, J. & Köpplová, B. (2007). *Média a společnost*. Praha: Portál.

Hájek, M. (2014). *Čtenář a stroj: vybrané metody sociálněvědní analýzy textů*. Praha: Sociologické nakladatelství.

Hendl, J. (2016). *Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace*. Praha: Portál.

Hughes, A. (2007). Personal Brands: An Exploratory Analysis of Personal Brands in Australian Political Marketing. Prezentováno na *Australia and New Zealand Marketing Academy Conference*. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/241428704_Personal_Brands_An_Exploratory_Analysis_of_Personal_Brands_in_Australian_Political_Marketing (03.01.2021)

Lisi, M. (2010). The democratisation of party leadership selection: The Portuguese experience. *Portugese Journal of Social Science*, 9(2), 127-149. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/233586425_The_democratisation_of_party_leadership_selection_The_Portuguese_experience (18.12.2021)

Lupták, Ľ. (2008). Slovensko. In: L. Cabada a kol. *Nové demokracie střední a východní Evropy: komparace politických systémů*. (str. 37-65). Praha: Oeconomica.

Matušková, A. (2010). *Politický marketing a české politické strany*. Brno: Mezinárodní politologický ústav.

Matušková, A. (2012). Politický marketing: kořeny disciplíny. In: R. Chytílek, O. Eibl, A. Matušková a kol. *Teorie a metody politického marketingu*. (str. 9-27). Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury.

Needham, C. (2006). Brands and political loyalty. *Journal of Brand Management*. 13, 178-187. Dostupné z https://is.muni.cz/el/fss/podzim2019/POLn6001/um/Catherine_Needham-Brands_and_political_loyalty.pdf (03.01.2021)

Žižlavský, M. (2012). Strana jako značka. In: R. Chytílek, O. Eibl, A. Matušková a kol. *Teorie a metody politického marketingu*. (str. 230-253). Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury.

Publikované články

Bariak, L. (2020, 30. dubna). Ficov jasný odkaz Pellegrinimu: Odmietam akékoľvek prejavy slniečkarstva v Smere. *aktuality.sk*. Dostupné z: <https://www.aktuality.sk/clanok/787034/ficov-jasny-odkaz-pellegrinimu-odmietam-akekolvek-prejavy-slnieckarstva-v-smere/> (02.02.2020)

Devánková, A. (2006, 19. června). Budúci premiér – sólový hráč s fotografickou pamäťou. *Hospodarskenoviny.sk*. Dostupné z: <https://dennik.hnonline.sk/slovensko/150443-buduci-premier-solovy-hrac-s-fotografickou-pamatou> (01.02.2021)

Europe migration: EU plans mandatory pact to 'rebuild trust' (2020, 23. září). *BBC.com*. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/world-europe-54249312> (15.06.2022)

Fico vzdal boj o post slovenského ústavního sudce, stáhl se i z příští volby (2019, 19. února). *ČTK*. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/fico-vzdal-boj-o-post-slovenskeho-ustavniho-soudce-stahl-se/r~bfd0d11e345b11e9813eac1f6b220ee8/> (01.02.2021)

Hajčáková, D. (2020, 11. června). Vzestup snaživého mladíka. Pellegrini svědomitě plnil úkoly, pak se rozhádal s Ficem. *Aktuálně.cz*. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/profil-kdo-je-slovensky-expremier-peter-pellegrini/r~f581a236abc711eaa6f6ac1f6b220ee8/> (01.02.2021)

Hájek, A. (2018, 21. března). Fica po vraždě Kuciaka opouštějí voliči, zůstávají dělníci a senioři. *iDNES.cz*. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/zahranici/robert-fico-smer-sd-pruzkumy-jan-kuciak-slovensko-popularita.A180321_104354_zahranicni_aha (31.01.2021)

Havlická, K. (2020, 10. června). Pellegrini odchází ze Směru, naznačil založení vlastní strany. *iDNES.cz*. Dostupné z:

https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/slovensko-peter-pellegrini-opustil-smer-sd.A200610_113010_zahranicni_kha (02.02.2021)

Kdo je budoucí slovenský premiér Pellegrini? Kultivovaný politik i naděje Ficova Smeru (2018, 15. března). ČTK. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/robert-pellegrini-slovensko-premier-robert-fico-smer_1803151645_ako (02.02.2021)

Kern, M. (2018, 2. února). Fico vidí za tlakom na Kaliňáka pokus o prevrat a Sorosa. *Dennik.sk*. Dostupné z: <https://dennikn.sk/1050737/fico-vidi-za-tlakom-na-kalinaka-pokus-o-prevrat-a-sorosa/> (02.02.2021)

Krajanová, D. & Koník, J. (2015, 27. března). Aj Váhostav preveruje polícia. Fico vidí možný podvod, od Širokého sa distancuje. *DennikN.sk*. Dostupné z: <https://dennikn.sk/84513/vahostav-uz-tiez-preveruje-policia-fico-vidi-mozny-podvod/> (03.04.2022)

Kuciak, J. (2018, 28. února). Talianska mafia na Slovensku. Jej chápadlá siahajú aj do politiky. *Aktuality.sk*. Dostupné z: <https://www.aktuality.sk/clanok/568007/talianska-mafia-na-slovensku-jej-chapadla-siahaju-aj-do-politiky/> (02.02.2021)

Na Slovensku zavraždili novináře, pravděpodobně kvůli jeho investigativní práci. Premiér Fico slíbil za dopadení pachatele milion eur (2018, 26. února). *ihned.cz*, Dostupné z: <https://zahranicni.ihned.cz/c1-66061000-na-slovensku-zavraždili-novinare-i-s-jeho-partnerkou-reporter-se-venoval-danovym-podvodum-lidi-blizkych-vladni-strane-smer> (02.02.2021)

Nečásková, P. (2019, 26. září). Fico poprvé za dvacet let nebude jedničkou kandidátky, Smer do voleb povede premiér Pellegrini. *iROZHLAS*. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/slovensko-peter-pellegrini-robert-fico-volby-2019-kandidatka_1909261601_jgr

Oravská, K. (2020, 3. března). Hovel si v luxuse a vyzerá to tak, že si ho so sebou aj pobalil. *PLUS7dni.sk*. Dostupné z: <https://plus7dni.pluska.sk/domov/ako-fico-vybyval-basternakovu-luxusnu-rezidenciu-foto-pred> (03.04.2022)

Ogurčáková, J. (2019, 28. května). Niektorý členovia Smeru z východu žiadajú odstúpenie Fica. *sme.sk*. Dostupné z: <https://kosice.korzar.sme.sk/c/22132290/v-smere-na-vychode-slovenska-je-vzbura-ziadaju-fica-aby-odstupil.html> (02.02.2021)

Ogurčáková, J. (2019, 29. května). Stranu Smer tvoria členovia, nie papaláši vo funkciách, reaguje premiér Pellegrini. *sme.sk*. Dostupné z: <https://domov.sme.sk/c/22132557/pellegrini-stranu-smer-tvorja-clenovia-nie-papalasi-vo-funkciach.html> (02.02.2021)

Pálková, Š., Škraňková, P. & Veselá, L. (2018, 4. března). Kiska chce novou vládu nebo předčasné volby. Fico to rezolutně odmítl. *iDNES.cz*. Dostupné z: https://www.idnes.cz/zpravy/zahranicni/andrej-kiska-jan-kuciak-reakce.A180304_160258_zahranicni_PAS (02.02.2021)

Premiér Fico sa podrobil úspešnej operácii srdca (2016, 22. dubna). *sme.sk*. Dostupné: <https://domov.sme.sk/c/20144797/fica-v-piatok-operuju-nemocnica-sa-k-jeho-stavu-vyjadri-po-zakrou.html>. (02.02.2021)

Prezidentské voľby 2014. *sme.sk*. Dostupné z: <https://volby.sme.sk/prezidentske-volby/2014/vysledky> (10.06.2022)

Tým Reportéři ČT (2019, 5. listopadu). Nahrávky z kauzy Gorila jako nástroj vydírání i obchodu. Na původně skartované části mluví i Fico. *ČT24*. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/svet/2968394-nahravky-z-kauzy-gorila-jako-nastroj-vydirani-i-obchodu-na-puvodne-skartovane-casti> (03.04.2022)

Sociálne siete sú na Slovensku obľúbené, podľa prieskumu ich využíva takmer 60 percent ľudí (2020, 7. července). *Finreport.sk*. Dostupné z: <https://www.finreport.sk/agenturne-spravy/socialne-siete-su-na-slovensku-oblubene-podla-prieskumu-ich-vyuziva-takmer-60-percent-ludi/> (22.05.2021)

Premiér Fico sa podrobil úspešnej operácii srdca (2016, 22. dubna). *sme.sk*. Dostupné: <https://domov.sme.sk/c/20144797/fica-v-piatok-operuju-nemocnica-sa-k-jeho-stavu-vyjadri-po-zakrou.html>. (02.02.2021)

Vagovič, M. (2009, 28. listopadu). Zväzák Fico obdivoval Moskvu. *sme.sk*. Dostupné z: <https://domov.sme.sk/c/5129993/zvazak-fico-obdivoval-moskvu.html> (01.02.2021)

Internetové zdroje

Evropský parlament. Výsledky evropských voleb pro rok 2019. Dostupné z: <https://www.europarl.europa.eu/election-results-2019/sk/slovensko/> (02.02.2021)

Focus. Tlačové správy – Volebné preference. Dostupné z: <https://www.focus-research.sk/?section=show&id=10>. (02.02.2021)

Národná rada Slovenskej republiky. Detaily poslanca. Dostupné: <https://www.nrsr.sk/web/Default.aspx?sid=poslanci/poslanec&PoslanecID=40&CisObdobia=8> (01.02.2021)

SMER – Sociálna demokracia. Sekce *O nás*. Dostupné z: <https://www.strana-smer.sk/o-nas/o-nas> (03.01.2021)

Štatistický úrad Slovenskej republiky. *Voľby do NRSR 2010*. Dostupné: <https://volby.statistics.sk/nrsr/nrsr2010/sr/tab4.jsp@lang=sk.htm> (01.02.2021)

Štatistický úrad Slovenskej republiky. *Voľby do NRSR 2012*. Dostupné: <https://volby.statistics.sk/nrsr/nrsr2012/sr/tab4.jsp@lang=sk.htm> (01.02.2021)

Úrad vlády Slovenskej republiky. Vláda SR od 09.07.2010 do 04.04.2012.
Dostupné: <https://www.vlada.gov.sk/vlada-sr-od-09-07-2010-do-04042012/>
(01.02.2021)

Zákon č. 181/2014 Z. z. - Zákon o volebnej kampani a o zmene a doplnení zákona
č. 85/2005 Z. z. o politických stranách a politických hnutiach v znení neskorších
predpisov. Dostupné: <https://www.zakonypreludi.sk/zz/2014-181> (02.02.2021)

Analyzované príspevky

Smer-SD. (2015a, 14. listopadu). BEZPEČNOSŤ SLOVENSKA SA STÁVA
ABSOLÚTNOU PRIORITOU. Dostupné z:
<https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid02TvLZSnVVsgTkN1uA4V8bkocFqrTVzNqH9jGQmC8Gv9Fki6CJoA32vNy65DYNCZ2RI> (30.06.2022)

Smer-SD. (2015b, 16. listopadu). Robert Fico: "Nastavili sme úplne novú formu
ochrany zelenej hranice medzi Maďarskom a Slovenskom. Dostupné z:
<https://www.facebook.com/smersd/posts/1113862005320454> (30.06.2022)

Smer-SD. (2015c, 18. listopadu). Aj ľudský prístup premiéra R. Fica umožnil
príchod veľkej investície Jaguaru na Slovensko. Dostupné z:
<https://www.facebook.com/smersd/posts/1114862801887041> (30.06.2022)

Smer-SD. (2015d, 30. listopadu). Robert Fico: "Vláda je akcieschopná a bude
akcieschopná do poslednej hodiny svojho mandátu pokiaľ ide o bezpečnosť SR."
Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/videos/1122026397837348/>
(30.06.2022)

Smer-SD. (2015e, 4. prosince). Robert Fico: "Nemôžeme tolerovať, že sú tu
krajiny, ktoré nie sú schopné kontrolovať vonkajšiu hranicu Schengenu. Bolo by
hazardom mlčať." Dostupné z:
<https://www.facebook.com/smersd/posts/1123956644310990/> (30.06.2022)

Smer-SD. (2015f, 7. prosince). Robert Fico: " "Prestaňme sa tváriť, že našou
povinnosťou je zakaždým sledovať len to, čo nám niekto iný prikáže..." Dostupné
z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/1125714590801862/> (30.06.2022)

Smer-SD. (2015g, 8. prosince). Vládi sa za tri roky podarilo vytvoriť celkovo 130-
tisíc pracovných miest. Premiér dnes naznačil vznik niekoľko tisíc ďalších.
Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/1126337054072949>
(30.06.2022)

Smer-SD. (2015h, 13. prosince). Robert Fico: "Očakávame od Land Roveru, že
príde s platni nad priemerom národného hospodárstva." Dostupné z:
<https://www.facebook.com/smersd/posts/1129368777103110> (30.06.2022)

Smer-SD. (2015i, 22. prosince). NAŠE VIANOCE. Dostupné z:
<https://www.facebook.com/smersd/photos/a.321767734529889/1135384193168235/>
(30.06.2022)

Smer-SD. (2016a, 9. ledna). Košice sú prvým slovenským mestom, ktoré sú nositeľom titulu Európske mesto športu... Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/videos/1146493775390610/> (30.06.2022)

Smer-SD. (2016b, 12. ledna). "Tak, ako je náš postoj v migračnej kríze jasný a nemenný od začiatku..." Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/1148300228543298> (30.06.2022)

Smer-SD. (2016c, 19. ledna). Pri nástupe vlády R. Fica v apríli 2012 bola celková miera nezamestnanosti na Slovensku 14,73 %... Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/photos/a.321767734529889/1152696134770374/> (30.06.2022)

Smer-SD. (2016d, 29. ledna). NÁJOMNÉ BYTY PRE MLADÝCH Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/photos/a.321767734529889/1159036677469653/> (30.06.2022)

Smer-SD. (2016e, 4. února). Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/photos/a.321767734529889/1162650793774908/> (30.06.2022)

Smer-SD. (2016f, 5. února). Igor Matovič potvrdil pravosť dôkazov predložených predsedom vlády... Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid0C6SNtECLWPyQUSTvDe6p4JGrpsen9gqK88w9AT1vrR5Eeqa5PuaPT6XurCeGBADtl> (30.06.2022)

Smer-SD. (2016g, 12. února). Zatvorením si očí pred jasne preukázaným podvodom stratili akékoľvek právo moralizovať... Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/1167746499932004> (30.06.2022)

Smer-SD. (2016h, 14. února). STABILITA verzus ZLEPENEC. Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/1169204389786215> (30.06.2022)

Smer-SD. (2016i, 15. února). Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/photos/a.321767734529889/1169733449733309/> (30.06.2022)

Smer-SD. (2016j, 23. února). VODA NIE JE KOMERČNÝ TOVAR. Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/1175083332531654> (30.06.2022)

Smer-SD. (2016k, 28. února). Slovensko má 5. marca jednoduchú voľbu... Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/videos/1178471245526196/> (30.06.2022)

Smer-SD. (2019a, 15. listopadu). Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid02STAQzeEQNgswzGgD17H1mioTVu3xh5cadraUZYyHWkJNnA9NkaWBmuWD4coYyQYfl> (30.06.2022)

Smer-SD. (2019b, 1. prosince). Nadišiel čas na zodpovednú zmenu. Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid02NwGZby4UdRuV4qbyx9nNKY39PNFXHpFXHrS9HHXBpSv9Ztzo6VAknKqgwE9pHhgsl> (30.06.2022)

Smer-SD. (2019c, 10. prosince). ZODPOVEDNÁ VS NEZODPOVEDNÁ ZMENA: SOCIÁLNY ŠTÁT. Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid0JvS4dPwqFvKRthQ4au47GYPhPGCtHLRt8gzuADCQ8ft53851kQyFS8LC2Go43tU3l> (30.06.2022)

Smer-SD. (2019d, 19. prosince). ZODPOVEDNÁ ZMENA JE O SPRAVODLIVOSTI PRE KAŽDÉHO, NIE O POLITICKOM PRIŽIVOVANÍ SA NA SPRAVODLIVOSTI. Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid02C1XEKR47czAZQNnmPHCjTb9GaYx7ETTR5ctQ4P89YSjvof4wsVGqN9KMZmDQMEXcl> (30.06.2022)

Smer-SD. (2019e, 24. prosince). KRÁSNY ŠTEDRÝ VEČER. Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid02eK5THFJnB7dkgNkQom2mZpxP1da3q978j35SBQArTxjEizdzkr1LAGbMUBuN1xRKl> (30.06.2022)

Smer-SD. (2020a, 10. ledna). Zamestnanosť mladých ... Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid04NEsrUmGUti1YzBsT4bsQsscng3u2GQPz8qgocasDneBEs3xr1mWLywLsEX8ZRzUl> (30.06.2022)

Smer-SD. (2020b, 21. ledna). #zodpovednazmena #pellegrini2020 Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid0262fuQDJ6oBXjts4UUKCNbgCBmxeeVschJw6RWth7GrfuJZSZpExuk7me5LG9aGol> (30.06.2022)

Smer-SD. (2020c, 27. ledna). Richard Raši to v relácii trafil presne... Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid0skiy7cLQe8JxMgcbirjmVs8qN9mD6v9StgqvF4bj6RYg5uczauU71sPH27uaA7v1l> (30.06.2022)

Smer-SD. (2020d, 27. ledna). PETER PELLEGRINI NA SLÁVNOSTNOM SNEME STRANY Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid0poi1ReGEw1ih6TkmXxPdWnabC6UQUbkZ79QSDcf44MXAz53kGCFsbmLyQ1Be2URTI> (30.06.2022)

Smer-SD. (2020e, 30. ledna). HRANICE CHRÁNIME ZODPOVEDNE (Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid02vqcgTmXyzjZ4DXLkB5YPiEV1EFT97Q8La1v1hgGjn5ogMZsqy5XT8DfJcQWiYcwAl> (30.06.2022)

Smer-SD. (2020f, 3. února). POKRAČUJEME V ODHAĽOVANÍ IMIGRAČNÝCH PLÁNOV NAŠEJ OPOZÍCIE! Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid02PXfrd3SauZazNXb9Zk4N2u5qqkhQ9NYsa6ktgHDzGjyFiF4u8c7gJj5NnyC6dAmXl> (30.06.2022)

Smer-SD. (2020g, 6. února). Téma migrácie nie je falošné šírenie strachu, ale skutočné riziko, pred ktorým si nesmieme zatvárať oči. Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid0u4jZYfdYmMNA8e9h4tzaUjitCcdWVB2nQT7vA4wr44BjPnuJf2q6uysTH6tF3LAl> (30.06.2022)

Smer-SD. (2020h, 11. února). "Zajtra na rokovaní vlády SR schválime zákony, ktorými zdvojnásobíme rodinné prídavky a zakotvíme do zákona 13. dôchodok". Dostupné z:

<https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid032HLp9gURujXw36WoFisCvrJNXCF6Za7YuQkPYxcp5ByTXYvND9SjW1u5LERXmQHgl> (30.06.2022)

Smer-SD. (2020i, 12. února). Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid0UdxYCsJDARwwBdCv6KSjPCEELHEZmLuDTBJzoNkZQN9AKufn3fBijjrPCSWpfVil> (30.06.2022)

Smer-SD. (2020j, 14. února). Len Peter Pellegrini prinesie zodpovednú zmenu a sociálne opatrenia pre Slovákov! Pridajte sa k jeho víťazstvu. Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid022HtZy9nZptSGSubwjrZg74BMqHvDMHSFjWqmamRbay7MuwhzqnM54DCBXnvvUH7sl> (30.06.2022)

Smer-SD. (2020k, 15. února). Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid0LbCE6fZTK5iZBG1hrt19DFRBFYBh3VCjF2Hb48hnWUZ7qx864GABq547GQmHX46Zl> (30.06.2022)

Smer-SD. (2020l, 16. února). Peter Pellegrini dnes v relácii O 5 minút 12. Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid0HBxgkeWUgFyFRWbR5URrPnqnK3ELcN7BEgQkw9UcM5hKJeab8iqij1Njq916xdnJl> (30.06.2022)

Smer-SD. (2020m, 19. února) TORTOVÍ OPOZIČNÍCI, NEROBTE SI Z PARLAMENTU NOCLAHÁREŇ! Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid0ZurbSYJwXSQCcsh2EpwQaBSHZYYREhu1nRcLBNFkMqwUpSPeiPEq25GVtM6bg2uZl> (30.06.2022)

Smer-SD. (2020n, 20. února) Peter Pellegrini naživo z Národnej rady SR. Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid02LDEzghxbHA28fpo8kw3BLJkmfATpyhV3ToeydmnmycKp37CYPhdNHYMbqY12KPial> (30.06.2022)

Smer-SD. (2020o, 20. února) Slušne sme ukázali pyžamovej opozícii jej miesto. Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid0A5aoHNdV9trWGh214vM6PQzeKnSSumCyygVdS98Xr6YwBEe8dYxEYpAFk5rHBmnhl> (30.06.2022)

Smer-SD. (2020p, 26. února). Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid02yFjSbnrq6QG4jN3BzYmhuvxfbiZr3vVAWT4Xv5TAWLSFJuPrWAV8P8R5yNp5ECail> (30.06.2022)

Smer-SD. (2020q, 27. února) Peter Pellegrini drží slovo! Dostupné z: <https://www.facebook.com/smersd/posts/pfbid02XBPc61ehCAX1cDVFD4NTwXKxDbqY867FtDAiAhtJEnqjZM4d7xhLohdNb1FvUsjJl> (30.06.2022)