



Ten, kto vytvoril systém, ktorý chcú ľudia zmeniť, povie, že on je tá zmena, a postaví sa na jej čelo? Tak to je fascinujúca drzosť, klobúk dole, hovorí o predvolebnej kampani Smeru marketér Pavol Minár.

26.02.2020, 18:00 | Tomáš Zemko | © 2020 News and Media Holding

ZDIELAŤ



0

V rozhovore sa dočítate:

- Prečo nezaberajú politické programy, ale populistické heslá
- Prečo sa nedarí Michalovi Trubanovi a Andrejovi Kiskovi osloviť viac voličov
- V čom spočíva úspech marketingu Igora Matoviča
- Prečo súčasnosť praje krikľúňom s jednoduchými heslami
- Aká je kampaň Richarda Sulíka či Andreja Danku

Prekvapilo vás niečo na súčasnej politickej predvolebnej kampani?

Ani nie, lebo to, čo sa na Slovensku deje, je súčasťou širšieho trendu, ktorý sa týka západných demokracií. Hrá sa o to, ako bude systém zastupiteľských demokracií vyzeráť, teda ako sa zmení alebo či sa skončí.

Čo tým myslíte?

Populizmus naberá na sile, treba to brať ako znak širšieho trendu. Syriza v Grécku, Podemos v Španielsku, Fidesz v Maďarsku a Orbánovo riadenie krajiny cez referendum, národné konzultácie, Donald Trump v USA a Urobme Ameriku opäť veľkou alebo brexit v Spojenom kráľovstve, v ktorom išlo o znovuzískane kontroly.

Neprehliadnite



Voľby môže vyhrať Kotleba. Smer môže padnúť na 12 percent
Kľúčová politická kampaň sa vedie na Facebooku, hovorí marketér Radovan Choleva



Prečo ľudia volia Kotlebu? Fašistu nerobia uniformy a fagle, hovorí historik

Na Slovensku podľa Jakuba Drábika nie je výnimkou, že dochádza k takzvanej...



Bohatí Blaváci, ktorí ničomu nerozumejú. Liberálna totalita nehrozí, tvrdí filozof

Predstava konšpiračných webov, že v roku 2100 bude na Slovensku moslimská alebo...



Historik: Židov vymenili liberáli a gender. Dedičstvo klérofašizmu u nás pokračuje

Odsúdený Tibor Rostas vytrhol vyjadrenia Ľudovíta Štúra z kontextu, tvrdí historik...

Prečo sú voliči nespokojní a prečo si častejšie vyberajú populistov?

Je za tým niekoľko vecí. Technologický vývoj. Existujú sociálno-kultúrne koncepcie, ktoré hovoria, že technologický vývoj ovplyvňuje kultúrne a hodnotové nastavenie spoločnosti. Najmä zlomové technologické inovácie môžu spoločnosť zlomovo zmeniť.

Digitálne technológie spôsobili v ľudstve niečo podobné, ako keď vynájdenie kníhtlače napokon spustilo reformáciu. Internet a nové médiá umožnili, že čoraz viac vecí si môžeme a chceme vybaviť sami. A keď sa tento návyk preniesie na politiku, dôsledkom je, že ľudia nechcú dávať niekomu hlas, aby ich štyri roky reprezentoval. Chcú veľa vecí riešiť takpovediac za seba. Populizmus je postavený presne na princípe: ja vás vypočujem, som tu pre vás, politika bude o vás.



Pavol Minár Zdroj: Milan David

Chcú ľudia voliť politikov, ktorí sú čo najviac ako oni?

Zažívame civilizačnú zmenu, v ktorej ľudia volajú po radikálnej rovnosti. Pred pár rokmi sa svetom prehnala spevácka súťaž SuperStar a potom všetky tie podobné súťaže. Ľudia boli prekvapení, ale aj potešení, že niekto z ulice sa môže stať populárnou hviezdou.

Už pred trinástimi rokmi kozmetická značka Dove odmietla štandardné elitárske koncepcie ženskej krásy a prišla s kampaňou za reálnu krásu, v ktorej nevystupujú modelky, ale reálne ženy. Kampaň je úspešná a trvá dodnes. To všetko sú symptómy jedného hlbšieho civilizačného javu a ten sa preniesol do politiky. Ľudia chcú viac vecí sami riadiť, chcú, aby sa ich hlas vypočul a ich

rozhodnutie sa uskutočnilo. Ale na to nie sú štandardné politické strany stavané. Nevedia na to reagovať.

Čo ešte môže za tento posun okrem nových technológií?

Druhým dôvodom je, že štandardný systém v zastupiteľských demokraciách sa postupne stal elitárskym. Nazvem to trochu populisticky – odtrhol sa od bežného života. Ak aj nie reálne, tak určite vo vnímaní ľudí. Ľudia vidia, že politici si užívajú viditeľné privilégia, majú rôzne škandály, mnohí z nich ohromne bohatnú a nič sa s tým nerobí, zatiaľ čo oni sú šikanovaní za akýkoľvek malý zločin či prehrešok. Opakujem však, tento stav platí aj na iné krajiny, v tom sme súčasťou civilizačného trendu.

Čo ešte môže za tento stav?

Ľudia vidia a cítia, že mnohým sa darí napriek tomu, že nie sú ani šikovnejší, ani nemajú lepší podnikateľský nápad, ale rozprávkovo zbohatnú za podozrivých okolností a roky s tým nikto nič nerobí. Potom príde niekto a povie – ja to za vás vyriešim a pozatváram ich. Na Slovensku sa aj preto uchytilo slovo zmena. Veľká časť Slovenska má dosť toho, že sa o nich nikto nestará, že politika je hra v hlavnom meste, že je to len hra o tróny alebo intrigovanie v domčeku z kariet. Nie náhodou sa práve tieto série stali takými populárnymi práve v tomto čase.

Ľudia vidia, že politici si užívajú viditeľné privilégia, mnohí z nich ohromne bohatnú a nič sa s tým nerobí

A potom príde niekto, kto sľubuje zmenu a používa kľúčové výrazy ako poriadok, všetci, každý, veľmi nahnevaní, často sa používa výraz frustrovaní, ľudia dávajú najavo, že chcú zmenu. Vo voľbách nielen u nás začína ísť o to, či sa populizmus dostane k moci alebo nie. Možno na jednej strane berieme na ľahkú váhu celý systém zastupiteľskej demokracie alebo jej už jednoducho máme dosť a chceme ju zmeniť.

Ktorá politická strana dokáže na tieto zmeny v spoločnosti reagovať?

Igor Matovič dáva svojimi aktivitami jasne najavo, že je proti tým, ktorí kradnú a ničia systém. Ide po tých voličoch, ktorí chcú počuť, že jedného dňa príde aj na nich. Podobným štýlom cieli na voličov Marian Kotleba.

Tu chcem podotknúť, že kampaň proti nemu a ohradzovanie proti fašizmu sa míňajú účinku, pretože väčšina fanúšikov Kotlebu nie sú fašisti. Ľudia, ktorí sa pridávajú na stranu Kotlebu, nie sú fašisti. Nie sú to tí, ktorí by chceli zabíjať Rómov či Židov. Sú to ľudia, ktorí vidia, že sa tu roky kradne a nič sa s tým nerobí a prišiel niekto, kto jednoduchým jazykom povie, že spraví poriadok.

Myslíte si, že ostré vyjadrenie voči M. Kotlebovi, že je fašista, je kontraproduktívne?

Nálepkovanie Kotlebových voličov vytvára tribalizačný efekt. Teda efekt, že ešte väčšmi ich to zomkne pri Kotlebovi a povedia si – just budem pri ňom. Lebo on je ten, kto spraví poriadok. Jeho voliči si hovoria, že sú slušní ľudia, ktorí chcú len slušne žiť a vidieť darebákov pozatváraných v base.

Samozrejme, tvrdé jadro okolo Mariana Kotlebu je fašistické. To jadro mal stále. Sú tam ľudia, ktorí majú tetovanie s nacistickými symbolmi, Kotleba má históriu spochybňovania SNP, je trestne stíhaný a jeho skutok môže byť prekvalifikovaný tak, že môže ísť sedieť. Ale jeho nárast symbolizujú ľudia, ktorí chcú, aby už niekto konečne spravil poriadok. A keď týmto ľuďom nadávate do fašistov, sebe ani im nijako nepomôžete. Len im dávate veľmi urážlivú nálepku, čím im dáte najavo, ako veľmi im nerozumiete, ako ste im mentálne vzdialení.



Napriek tomu, čo už všetko vieme o predstaviteľoch kotlebovcov – že niektorí majú vytetované hákové kríže, že spochybňovali holokaust a SNP, že za štyri roky v banskobystrickej župe (BBSK) toho veľa nespravili –, sú voliči ochotní mu dať hlas. Ako je to možné?

Súhlasím, že ľudia by si mali dobre pozrieť, koho volia. To, že zanechal Banskobystrický kraj v zdevastovanom stave, je evidentné. Na druhej strane, keď už sme pri tejto župe, Kotlebu za všeobecného jasotu nahradil nový župan. Jeho zástupcom sa stal jeho syn. Nijako nespochybňujem synovu kompetenciu, ale nie je to dobrý signál. Ako inak sa dá definovať rodinkárstvo? Preto sa dá dosť ťažko argumentovať, že zmena, ktorá nastala v BBSK, je zmenou k lepšiemu. Ale naspäť ku Kotlebovi, nijako ho neobraňujem ani nevyviňujem.

| Je veľa ľudí, ktorí potrebujú počuť jednoduché heslá, nie program

Je podľa vás M. Kotleba fašista?

Áno. Nezabudnime na to, že podľa rozhodnutia Najvyššieho súdu to nie je fašistická strana. Ale moja odpoveď je stále áno, je to fašistická strana. Nárast jeho voličov spôsobila nahnevanosť. Keď týchto ľudí označíme za fašistov, urážame ich.

Nemyslím si, že by PS a Spolu hovorili o Kotlebových voličoch, že sú fašisti.

Potom nevidím dôvod, prečo ísť na kotlebovské mítingy.

Myslíte si, že PS/Spolu urobili chybu, keď išli protestovať proti mítingom kotlebovcov?

Myslím si, že áno. Voličom PS to nepridá nijakú novú relevantnú informáciu o strane. Na druhej strane to pomáha tribalizačnému efektu u voličov Kotlebu, ktorí sa utvrdia vo svojom názore. Títo ľudia vidia, že v ich dedine si niekto vedľa nich postavil haciendu a nemohol na ňu zarobiť. Chcú len vidieť, že niekto pôjde za svoje zločiny do basy.

Keď hovoríme o frustrovanom voličovi, nedá sa nespomenúť, že Slovensku sa nikdy nedarilo lepšie. Nezamestnanosť klesla na rekordne nízku úroveň a platy rástli za posledné roky rekordne rýchlo.

Prečo sú ľudia nespokojní a prečo sa darí populizmu, skúma pomerne široká literatúra. Výskumy hovoria, že v rôznych krajinách ľudia, ktorí majú tendenciu voliť populistov, povedia o sebe, že sa materiálne nemajú zle. Hovoria skôr to, že nevidia do budúcnosti dobrú perspektívu. Tvrdia tiež, že keď to tí hore budú viesť ako doteraz, to tu zruinujú.



Pavol Minár Zdroj: Milan David

To možno platí v USA alebo v Spojenom kráľovstve, ale Slováci sa nikdy nemali tak dobre, a to nehovoria novinári a mimovládky, ale skutočné čísla.

Áno, to sú reálne čísla. Ale keby sme vyšli do ulíc a pýtali sa ľudí, či žijeme najlepšie časy, odpovedali by, že nežijeme. Základný problém je to, že ľudia čísla nehodnotia z absolútneho pohľadu, ale z relatívneho. Životný pocit posudzujú na základe toho, ako sa má okolie. A keď vidia, že niekto z okolia profituje neprávo, sú nahnevaní. Vidia, že niekto chodí raňajkovať na Maldivy, vidia všetko, čo vyplavila Threema. Ani populistí nehovoria o číslach, keď sa prihovárajú k voličom.

A ešte jedna poznámka ku skutočným číslam. Častá chyba demokratických politikov je, že operujú s číslami. Lenže ľudia nesplatia hypotekárnu splátku rastúcimi makroekonomickými údajmi. Povedzte dáta o vývoji reálnych miezd

alebo HDP živnostníkovi z Oravy, ktorému odberatelia meškajú so splatnosťou faktúry.

! Populizmus má lepšiu štartovú pozíciu, lebo je viac sexi

Existujú výskumy o Slovensku a tie hovoria, že ľudia sú nespokojní a hlavným dôvodom nespokojnosti je, že sa kradne a všade je korupcia. Vo výskume Eurobarometra je to evidentné v porovnaní s ostatnými európskymi krajinami. Sme veľmi nespokojní s aktuálnym stavom svojho života a nevidíme perspektívu, neveríme, že sa to zlepší. Ľudia nie sú čísla, grafy ani makroekonomické dáta. Ľudia sú ľudské bytosti. A tie túžia po dôstojnosti, sebaúcte a identite. Chybou kampane Remain, ktorá bola za zotrvanie Spojeného kráľovstva v EÚ, bolo, že operovala číslami a dátami, zatiaľ čo kampaň za vystúpenie bola o znovuzískaní kontroly.

Do akej miery ovplyvnilo správanie voličov všetko, čo sa ukázalo o prepojeniach mafiána Mariana Kočnera s orgánmi štátu?

Aktéri z Threemy ukázali strašný hnoj. Tí, ktorí mali dbať na zákonnosť a na to, aby sa obyčajní ľudia mali dobre, prezradili o sebe neuveriteľné veci. Keď k týmto veciam pripočítame dôvody, ktoré sme spomínali v predchádzajúcich odpovediach, teda kultúrne a technologické zmeny, vzniká výbušná zmes.

Podľa vás na tieto zmeny najlepšie reaguje Igor Matovič a Marian Kotleba. Líder Obyčajných ľudí a nezávislých osobností zaznamenal enormný nárast podpory. Prečo?

Dlhodobý je politik, ktorý nemá problém ísť protestovať pred niečí dom a tam urobiť svoju akciu. Dlho ho považovali za klauna a hlupáka, až sa kritická energia v spoločnosti nazbierala a jeho gerilový marketing začína fungovať. Zlomilo sa to výjazdom do francúzskeho Cannes k vile Jána Počiatka. Podal jasnú správu – toto je slovenský majetok, ja mu ho zoberiem a vrátim všetkým Slovákom. Druhá vec, ktorú robí dobre, aj keď mu to často vyčítajú, je jeho nevyspytateľnosť. Nepozná kamaráta a ide tvrdo proti korupcii u každého.

Dobre, ale kam sme dospeli, keď o hlasoch pre politikov rozhodujú takéto reality šou tlačovky a nie programy?

Súhlasím. Keby ste sa ľudí pýtali, čo je dôležité, odpovedali by, že program. V skutočnosti je však veľa ľudí, ktorí potrebujú počuť jednoduché heslá, napríklad že spravíme poriadok, zastavíme kradnutie a pozatvárame politikov do basy.

Čo to vypovedá o spoločnosti?

Politický marketing je dlhodobo o tom. Zoberme si napríklad brexit. Taká komplexná a zložitá téma sa zjednodušila do hesla: Získajme naspäť kontrolu. V tomto prípade nešlo o čísla, ale o pocit, že nejakí imigranti z Poľska mi ako Britovi roztápajú identitu. V Spojených štátoch zase uspel Donald Trump s heslom: Urobme Ameriku opäť veľkou – vo význame silnejšou či dôležitejšou.

Tieto mantry fungujú najlepšie vtedy, keď je za nimi reálny základ. V Spojenom kráľovstve mali ľudia pocit straty sebaúcty a identity. O to ide aj pri Amerike znovu veľkej. D. Trump sa prihováral voličom, ktorým chýbal pocit, že ich identitu tvorí príslušnosť k Amerike, tá však vinou štandardných politikov prestala byť veľkou. A o tom je aj prísľub zmeny a pozatváranie zlodejov na Slovensku. Ak ja ťažko a tvrdo pracujem a nemám sa tak, ako sa má ten, kto kradne, a nikdy nikto ho za to nezavrel, je to aj problém mojej identity a sebaúcty.

Je I. Matovič dobrý komunikátor?

Áno, ale v jeho prípade je zaujímavá ďalšia vec. Pre populistu je veľmi výhodné, ak nie je ideologicky vyhranený. Každý si môže dosadiť niečo, proti čomu populista protestuje. Nieкто chce protestovať proti slabému zdravotníctvu, iný proti korupcii a tak to pokračuje ďalej.

| *Nárast voličov Kotlebu spôsobuje nahnevanosť. A keď týchto ľudí označíme za fašistov, urážame ich*

Robí dobrý politický marketing?

Áno.

Podme na Smer. Do čela kampane postavil premiéra Petra Pellegriniho. Ich hlavné heslo je zodpovedná zmena. Čo si o tom myslíte?

Pre mňa ako marketéra je to fascinujúce. Poviem prečo. Slovensko existuje 27 rokov. Z toho dvanásť rokov ho ovláda Smer, čo je skoro polovica. Máme tu ľudí, ktorí túžia po zmene. A ten, kto to polovicu času ťahal a vytvoril systém, ktorý chcú ľudia zmeniť, povie, že on je zmena a postaví sa na čelo tejto zmeny? Tak to je drzosť, ale fascinujúca. Klobúk dole.

Ide Smer drzo po voličoch, keď ich presviedča s absurdným posolstvom?

Smer má jadro voličov, ktorí pri ňom zostanú, nech sa stane čokoľvek. Tí, ktorí robia Smeru kampan, asi pochopili tiež, že témou bude zmena. Zrejme si to

povedali v duchu hesla, že keď chceš zvíťaziť v prebiehajúcej revolúcii, musíš sa postaviť na jej čelo. Preto si dali heslo: Zodpovedná zmena. Tým chcú vyslať signál, že ostatní sú nezodpovedná zmena.



Pavol Minár Zdroj: Milan David

Ak by ľudia boli ekoni, teda racionálne uvažujúce tvory, tak by sa tomu heslu museli vysmiať alebo ešte viac nahnevať na Smer – o akej zmene to rozprávajú? No im to prechádza. Na Smere však vidíme, ako strana dopadla. Kde je jej predseda? Nie je nikde okrem legendárneho videa s deťmi v škôlke.

Práveže je niekde. Na Facebooku vypúšťa infantilné videá dehonestujúce opozíciu. Čo tým sleduje?

O voličov, ktorí sú už dnes nejakým spôsobom dosiahnuteľní prakticky iba cez internet alebo Facebook, prebieha veľká bitka. A takýmto ľuďom musíte púšťať odkaz – aha, som tu a mám silu. V Smere používajú dvojtvárovú stratégiu. Pekný Pellegrini na bilbordoch predstavuje zmenu. A potom je tu ten energetický Smer, ktorý svojmu jadru, ktoré jemne zneisťuje jemný úsmev Pellegriniho, hovorí, že Fico je tu a všetko je v pohode.

R. Fico v komunikácii pritvrdil. Cielí aj na antisystémových voličov?

Áno. Zaujímavé je, že človek, ktorý tento systém vytvoril, útočí na antisystémových voličov.

Na Facebooku je najsilnejší poslanec za Smer Ľuboš Blaha. Čo hovoríte na jeho komunikáciu?

Fico má svojho Blahu. Ten cieľi na voličov ešte o level nižšie ako Fico a hovorí veci, ktoré by ani šéf Smeru nepovedal. Potrebujú, aby voliči, ktorí kedysi volili Vladimíra Mečiara a Jána Slotu, im dali hlas.

Čo si myslíte o videu, ktoré vypustil R. Fico a v ktorom zobrazuje opozičných lídrov ako malé deti v škôlke?

V prvom momente mi napadlo, že sa to nerobí. Tú kampaň som poznal z Izraela. Je to úplne to isté, je to verná kópia a to sa naozaj nerobí. Nemôžete zobrať to isté video z inej kampane. Druhá vec je, či to naozaj ukradli, či to náhodou nebolo cielené. Povedali si, že to fungovalo v Izraeli a bude to fungovať aj u nás. V Smere asi vedia, že majú poslednú šancu, že končia. Vedia, že o štyri roky budú možno mimo parlamentu.

Voličov sa darí získavať aj M. Kotlebovi. Zmenil za posledné obdobie nejakú komunikačnú stratégiu?

Svojim voličom hovorí presne to, čo chcú počuť. Z tohto pohľadu komunikačnú stratégiu nezmenil. Ale zmenil ju v tom zmysle, že keď chce reálne ovplyvňovať dianie na Slovensku, musí byť silnejší. Preto sa musí prihovoriť tým, ktorí nie sú fašisti. Preto viditeľne ubral z fašisticko-nacistických motívov, ktoré mal kedysi. V tomto zmysle zmenil komunikačnú stratégiu.

Dá sa povedať, že robí dobrú kampaň?

Áno. Sú silní na Facebooku, ktorý zahlcujú dianie toho, čo sa deje napríklad v liberálnom Bruseli. V inom videu kritizujú nitrianskeho primátora za to, že po Nitre sú rozmiestnené zberné nádoby na injekčné striekačky pre drogovu závislých. Video zostrihali tak, že tam umiestnili množstvo fotiek mladého nitrianskeho primátora, kde vyzerá ako opitý alebo ešte niečo horšie. Osadenie zberných nádob interpretovali tak, že liberálny primátor legitimizuje branie drog a za peniaze Nitranov uľahčuje život drogovu závislým. Potom sa pýtajú – toto tu chceme?

| *PS/Spolu rozprávali veľa iba o sebe. Ja ako divák a volič som sa pytal, čo ja mám z toho.*

Tak vytvárajú antiliberalný naratív a odpor proti zhýralej liberálnej Európe. Pre ľudí, ktorí to chcú počuť, je to hlavná správa. Kotleba má takisto veľa bilbordov. Po Banskobystrickom kraji ich má neúrekom a k tomu všelijaké netradičné médiá ako napríklad balíky slamy. Vyzerá to tak, akoby tam kandidovala jedna strana.

Ako hodnotíte kampaň koalície PS/Spolu?

Pri nich mám problém, neviem povedať, aký je význam značky. Pri Obyčajných ľuďoch a nezávislých osobnostiach mi napadne protikorupčný boj, ale pri PS/Spolu mi nič nezíde na um. Veľa času stratili komunikovaním toho, že zahodili egá a idú spolu. Narážam na sériu videí, kde spolu sedel Michal Truban a Miroslav Beblavý a hádali sa a potom ich iné egá prerušili. Rozprávali veľa iba o sebe. Ja ako divák a volič som sa pýtal – čo ja z toho mám? Trubanovi nepomohlo ani známe video, kde vysvetľuje, čo ho drogy naučili. Okrem toho, že nie sú starí politici, mám problém pomenovať, čo presne chcú, čo mi prinášajú.

Myslíte si, že išli po voličoch príliš racionálne, ale bez emócií?

Chýba aj emócia. Politika je aj o tom, že ľudí treba strhnúť. Líder by mal mať charizmu.



Čo hovoríte na líderstvo a charizmu M. Trubana a M. Beblavého?

Myslím si, že žiadna nie je. Keď porovnáam kariéru Trubana ako úspešného podnikateľa a jeho vystúpenia na spíkerských konferenciách, som trochu prekvapený, akú neistotu z neho cítim v politických debatách. Trochu ma to prekvapuje, keďže tolko času strávil verejnými vystúpeniami. Sklamal aj v tom, že nevedel odkomunikovať základný odkaz.

Je tu ešte problém, ktorý majú všetky nepopulistické strany. Populizmus má v sebe od začiatku atraktívnu jednoduchosť. Populisti stačí povedať, že toto sa musí skončiť, ale nepovie čo alebo ako. Ten, kto nie je populista, však musí povedať, čo chce, čo urobí, ako to urobí a čo bude potom. A tu mám s PS problém, lebo neviem, čo prináša.

Myslím si, že program, ktorý má nasledovať po zmene, aj prezentujú. Čo robia zle?

Už od leta bol u nich naratív, zahodili sme egá, v tom sme odlišní od starých politikov a teraz ideme spolu. A dnes sú mladá sila. Čo teda počuje volič? Na začiatku zahodili egá a na konci je iba mladá sila. O čom to je? Od začiatku do konca hovoria iba o sebe. Sú zahltení sami sebou a majú pocit, že tak, ako to zaujíma ich, to zaujíma aj ľudí. To je ich základný problém. Sú zahltení do vysvetľovania, čo sú zač.

A nemá predsa politik v kampani robiť toto?

Áno, má. Ale politická kampaň má tri piliere: kto som, prečo má máte voliť a prečo nemáte voliť tých ostatných. V PS/Spolu si myslia, že ostatné dva piliere si domyslíme, ak nás zahltia informáciami o tom, kto sú.

Myslíte si, že netrafili do ducha doby – teda doby, ktorá nepraje racionálnym politikom, ale populistickým zabávačom?

Trafili tým, že ľudia potrebujú vidieť niekoho nového, kto príde s niečím novým. Tým veľmi dobre trafili. Nepovedali však presne, akú zmenu ponúkajú. Opakujem však, že ten, kto nie je populista, to má ťažké. Populizmus používa lákavé heslá, ako: Zatvoríme ich do basy. Má to emocionálny apel.

Je M. Truban slabý líder?

Áno.

Bolo by lepšie, ak by ho nahradil M. Beblavý?

Myslím si, že nie.

Čo by ste im poradili, čo by mali robiť inak?

Mohli vyrozprávať príbeh, že krajina je zdevastovaná morálne aj ekonomicky. Hovoriť jedno jednoduché riešenie a nehovoriť o sebe.

Ekonomika predsa nie je zdevastovaná.

Nie, nie je. Makroekonomicky. O tom, že je rozdiel medzi dátami, číslami a reálnym pocitom zo života, sme už hovorili. A hovorili sme už aj o tom, že ľudia nie sú čísla ani grafy. Rovnako sú výskumy, ktoré hovoria, že živnostníci alebo manažéri majú s formálnymi, ale najmä neformálnymi pravidlami fungovania ekonomiky vážny problém.

Myslím si, že keby sa hrali na veľkých korupcobijcov a kriklúňov, neboli by autentickí.

Áno, neboli. Pre nich sú možno odhalenia z Threemy taká čierna labuť. Teda udalosť, ktorá prináša veľkú nečakanú zmenu s následkami, ktoré sa dopredu nedajú odhadnúť. A tá nahrála populistom.

Skupina opozičných poslancov za PS/Spolu zablokovala mimoriadnu schôdzu parlamentu tak, že obsadili pult, začali nocovať a dokonca priniesli tortu. Dá sa povedať, že to „dali na Matoviča“. Snažia sa kopírovať jeho teatrálnosť?

Je to možné. Máme niekoľko dní do volieb a stále je veľa voličov nerozhodnutých. Tento krok je už o tom, že je potrebná publicita. Lebo veľa ľudí sa bude rozhodovať na poslednú chvíľu a tam je kľúčová znalosť.



Pavol Minár Zdroj: Milan David

Prejdime k strane Andreja Kisku. Nie je sklamaním, že exprezident neoslovil viac voličov?

Je to niečo podobné ako v koalícii PS/Spolu. Táto alternatíva antisystémových a populistických strán – ale môžeme sem zahrnúť aj SaS alebo KDĽ – je veľmi čajová.

Je A. Kiska slabý líder?

Je.

Prečo?

Otázka je, či je vôbec líder. Druhá otázka je, či chce byť lídrom. Už ako prezident bol málo viditeľný a málo charizmatik. Na druhej strane je to možno psychologická danosť. On sa možno necíti dobre v pozícii lídra.

Málo ho vidieť v kampani?

Áno, málo ho vidieť. Chvíľu to dokonca vyzeralo tak, že keď ho nebolo vidieť, percentá mal ešte ako-tak na dobrej úrovni. Politická kampaň sa nezaobíde bez toho, aby líder nebol viditeľný.

Do akej miery je dôvodom slabých preferencií Za ľudí to, že R. Fico útočí na A. Kisku ako na daňového či pozemkového podvodníka a úžerníka?

Určite sa to prejavilo. Ale nie sú to len útoky Fica. Pri porušovaní zákona predsa nejde o to, kto útočí, ale o to, či došlo k porušeniu zákona. Kiskova firma KTAG uznala, že konala protiprávne, daňový nedoplatok zaplatila, čiže k trestnému činu reálne došlo.

Na druhej strane, A. Kiska hovorí, že je to politický proces, a fakt je ten, že dvaja vyšetrovatelia ho odmietli stíhať.

KTAG uznala svoju chybu. Stala sa teda chyba. Nám sa už ľahko hovorí, čo mal vtedy robiť, ale poučenie pre každého politika je, že má na rovinu priznať chybu.

Čo by mal A. Kiska robiť lepšie v kampani?

Priznám sa, že neviem. Pre mňa sú prázdna množina. Viem, že je bývalý prezident, ale čo je strana Za ľudí, neviem.

Ublížia Kiskovi videá, ktoré zverejňuje anonym a ktoré ho majú kompromitovať z toho, že pochybne kupoval pozemky?

Myslím si, že áno. Aj keď niekto môže povedať, že na tých videách nie je nič, čo by dokazovalo jeho vinu, rovnako sa však pre mnohých jeho vina potvrdila. A to mu zákonite ublíži.

Čo hovoríte na kampaň Borisa Kollára?

Je zaujímavý v tom, že si našiel svoj elektorát. Razí heslo, že pomáha bežným ľuďom, točí rozhorčené videá a skončí pri tom, že on ako bohatý človek pomáha sociálnym prípadom. Je príkladom, že bohatý človek môže byť atraktívny pre chudobných ľudí.

Robí kampaň dobre?

Z toho pohľadu, že sa chce dostať pohodlne do parlamentu a stať sa jazýčkom na váhach pri zostavovaní vlády, tak ju robí dobre. Nemá väčší výtlak, ale svoju latku si drží.

V kampani účinkuje veľa strán, ktoré sa „zakrývajú krížom“. Je pre voličov KDĽK autentická kresťansko-konzervatívna strana?

U voličov zarezonovalo asi to, že si sadol za jeden stôl s „nepriateľmi“, teda s liberálmi z PS/Spolu. A keď sledujete reakcie ľudí, tak sa pýtajú, ako mohol ísť s nimi. To bola jeho základná chyba.

Ale čo mal A. Hlina robiť, ak už teraz vieme, že keď sa KDH po voľbách nespojí aj s PS/Spolu, nevytvoria alternatívu Smeru?

Na jednej strane chcel ukázať spolupracujúcu tvár, na druhej strane mohol byť tvrdým zástancam tradičných kresťanských tém. Je potom otázne, ako by vyzerali percentá Kotlebu.

A. Hlina často opakuje, že KDH nie je obchod s rozličným tovarom, čím má na mysli, že keď ľudia dajú hlas jemu, neupustí zo základných pozícií.

To je úplne zlá správa.

Čo by ste mu poradili?

Slovensko je ešte stále tradične konzervatívne v tom, že aj keď do kostola nechodíme, máme v sebe kresťanský hodnotový základ. Hlina mohol byť kresťanský, veď to má v názve strany. A. Hlina sa mohol viac zamerať na voličov Kotlebu alebo Andreja Danku.

Na bilbordy si vylepil svoju rodinu, ale potom sa sťažoval, že ľudia to nepochopili a nerozpoznali jeho dve dcéry a manželku.

Keď som ho prvýkrát videl cestou autom s kolegami za jedným klientom a minuli sme ten bilbord, opýtal som sa, čo som to videl. Ten bilbord bol komunikačne nezvládnutý. Ak tam chcel dostať svoju rodinu, mal to minimálne pomenovať. To sa stáva v reklame celkom často, že keď tím robí celý čas kampaň a sú do nej ponorení, nevedia si predstaviť pohľad zvonka. Že to skrátka môže niekto nepochopiť ako rodinu.

Ako hodnotíte kampaň Richarda Sulíka a SaS?

Je tiež príkladom toho, že ponúka 1 144 riešení, ale v týchto voľbách príliš nejde o riešenia.

Čo by mal komunikovať?

To je dobrá otázka. Rozpadla sa mu strana. U neho je otázne, čo je za lídra, keď mu odíde celé vedenie strany. Voliči ho môžu vnímať ako neschopného, veď

zvrhol Radičovej vládu, teraz mu odišli dôležití poslanci. Hviezda mu svietila, keď sa prezentoval ako reformný ekonóm, ale on už prestal byť reformným ekonómom.

Nie je to cynické hodnotenie, že tieto voľby neprajú stranám s riešeniami?

Súhlasím. No riešenia treba komunikovať tak, ako nimi zmením to, čo tu je, a ako niečo dosiahnem. Keby sme chceli pokračovať vo festivale cynickosti, tak možno liberálnodemokratické strany čaká to, že naša liberálna demokracia bude populistickejšia. Lebo tieto strany sa budú prispôsobovať populistickému naratívu. Pripomínam, že populizmus má lepšiu štartovú pozíciu, lebo je viac sexi.

Ako hodnotíte kampaň SNS?

SNS je príkladom toho, že to, ako vyzeráte, je výsledkom toho, čo robíte štyri roky v parlamente. Danko je príkladom lídra, ktorý je neschopný a je na smiech.

A. Danko sa obrátil už aj na dezinformačnú scénu, keď poskytol rozhovor Slobodnému vysielacu. Cíti, že má problém?

Zrejme vníma, že voliči mu utekajú ku Kotlebovi alebo k Štefanovi Harabinovi, tak chce ísť za nimi. Zaujímavé je, že Danko rád dookola rozpráva, čo všetko presadil.

Ale asi to nezaberá.

Vyzerá to tak, že tieto konkrétne praktiky teraz v kampani nezaberajú. Keď Danko vymenúva svoje úspechy, tak pri treťom bode už ľudia prestávajú počúvať. Ibaže ľudia chcú asi počuť, koho pošle za mreže. A tu je problém, pretože on sám s nimi kradol. Americké stíhačky a peniaze na vedu a školstvo porozdávané Petrom Plavčanom rôznym schránkovým firmám sú súčasťou imidžu SNS.

A. Danko potopili asi škandály s bozkávaním výložiek a odkopírovanou rigoróznou prácou viac ako korupčné škandály.

To je možno súčasť jeho charizmy, že je nešťastník.

Aké komunikačné kanály rozhodujú v tejto kampani. Je to stále televízia?

Hlavné je to, čo sa deje na internete, sociálne médiá, dobré targetovanie a dobré spravovanie stránok. Televízia bude dôležitá v predvolebných debatách.

Ako dopadnú voľby?

Určite sa dočkáme jedného-dvoch veľkých prekvapení.

Pavol Minár (50)



Pavol Minár Zdroj: Milan David

je zakladateľ konzultačného, marketingového, reklamného a brandingového butiku Inspirations Minar. Je nositeľ cien za efektivitu a kreativitu v marketingovej komunikácii. Vyučuje na Fakulte masmediálnej komunikácie Univerzity svätého Cyrila a Metoda v Trnave a na Paneurópskej vysokej škole v Bratislave.



Dočítali ste článok z TRENDU

Článok je súčasťou prémiového obsahu, vyšiel v týždenníku [TREND 8/2020](#). Predplatitelia majú neobmedzený prístup k obsahu na webe aj v [mobilných aplikáciách](#).

Ďakujeme, že platíte za kvalitný obsah

ZDIELAŤ



Súvisiace články

Voľby môže vyhrať Kotleba. Smer môže padnúť na 12 percent



Kľúčová politická kampaň sa vedie na Facebooku, hovorí marketér Radovan Choleva

Prečo ľudia volia Kotlebu? Fašistu nerobia uniformy a fakte, hovorí historik

Bohatí Blaváci, ktorí ničomu nerozumejú. Liberálna totalita nehrozí, tvrdí filozof

Historik: Židov vymenili liberáli a gender. Dedičstvo klérofašizmu u nás pokračuje

Trafili výsledky minulých volieb. Smer to má nahnuté aj u starších

Top články

História SNS sa opakuje. Danko sa nahneval a opustil živé vysielanie



Vy si vykladáte svoje pravdy, kritizoval Danko moderátora 11

Konkurencia pre Pepco či Kik. Na Slovensko mieri ďalší diskontný reťazec

Bitka bratislavských nákupných centier: ako bojujú o značky aj zákazníkov

Ste gramatický nacista? Otestuje sa, ako ovládáte slovenčinu

Dobré časy sa končia. S nimi aj éra Roberta Fica bez reforiem

Diskusia (0 reakcií)

Odoberať

Nastavte si prezývku, aby ste mohli pridávať diskusné príspevky. [Nastaviť prezývku.](#)

VIDEO.TREND.SK

Čítajte viac na [TREND.sk](https://www.trend.sk)

Mediálne



Čaputová, Danko aj Pellegrini budú mať príhovor v RTVS

Podnikanie



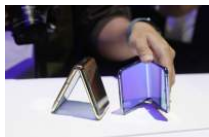
Prenajimate nehnuteľnosť? Na daňovom priznaní viete ušetriť

Technológie



Sú slovenskí operátori najdrahší? Porovnali sme paušály okolitých krajín 3

Relax



Firma na sladkosti bojuje proti detskej obezite a ako ľahko sa poškriabe Samsung 1

Blogy



Súčasná vláda zničila dlhodobú stabilitu verejných financií – Slovensko na chvoste Európy 2

Financie



Bez papiera a jedným prstom. Na Slovensku štartuje nová online poisťovňa 1