

Jazyk slovenských politikov na sociálnych siet'ach

Eva Stradiotová

Abstract

The Language of Slovak Politicians on Social Networks. *The introduction of the Internet and especially its expansion has contributed to the expansion and popularization of Internet-mediated communication. Internet-mediated communication has gained millions of supporters from a variety of sociolinguistic backgrounds. The benefits of this type of communication have also been noticed by politicians, who are increasingly using social networks to popularise their views. The advantage of social media is that they allow dialogue between politicians and citizens. Social media can be also used to inform citizens of the latest public affairs. We decided to analyse some of the statements of populist politicians (such as Matovič, Pellegrini, Blaha, and Kollár), who are known for using Facebook as a medium to convey their opinions to influence public opinion.*

Keywords: facebook, populism, political discourse, social network, politics, Slovakia.

Kľúčové slová: facebook, populizmus, politický diskurz, sociálne siete, politika, Slovensko.

Úvod

Web 2.0 priniesol na začiatku 21. storočia prelomový posun v možnosti využívania internetu. Z pasívneho Web 1.0 sa stal Web 2.0 jeho aktívnym následníkom, ktorý umožňuje užívateľom internetu používať internetové aplikácie interaktívne. Web 2.0 umožnil vznik interaktívnych sociálnych sietí (Štefančík 2012).

Sociálne siete ovplyvňujú nielen životy bežných občanov, ale sú vo veľkej miere využívané aj spoločnosťami, firmami a politikmi. Sociálne siete, ako to už z ich názvu vyplýva, sú médiá, ktoré majú umožniť širokej verejnosti komunikovať navzájom, zdieľať myšlienky, názory, obrázky, etc. Sociálne siete sú tiež miestom, kde môžeme získať spätnú väzbu na publikované statusy, obrázky, myšlienky, názory, etc.

Boyd a Ellison (2008) definujú stránky sociálnych sietí ako „webové služby, ktoré umožňujú jednotlivcom (1) zostaviť verejný alebo poloverejný profil v rámci ohraničeného systému, (2) formulovať zoznam ďalších používateľov s ktorými zdieľajú spojenie, a (3) zobrazujú a prechádzajú zoznamom spojení, ktoré vytvoril užívateľ a tiež zobrazujú spojenia vytvorené inými užívateľmi v rámci systému.

Barabási (2003), Wasserman a Faust (2012), definujú sieť ako systém prepojených uzlov. Je preto potrebné všetky sieťové nástroje, ktoré umožňujú nadviazať spojenie medzi najmenej dvoma ľuďmi, chápať ako platformy sociálnych sietí. To zahŕňa nielen platformy, ktoré majú Boyd a Ellison na mysli, ale aj čety, diskusné fóra, zoznamy adries, e-mailly atď., t.j. všetky technológie Web 2.0 a 3.0.

„Sociálne médiá“, ako napríklad Facebook, podporujú poznanie, komunikáciu, vytváranie sietí a spoluprácu (komunity, spoločná práca, zdieľanie obsahu vytváraného používateľmi a iného obsahu). Preto sa generuje veľa osobných a sociálnych údajov o používateľoch (Trottier, Fuchs 2015; Krzyzanovski, Tucker 2018).

Facebook

Internetom sprostredkovaná komunikácia prostredníctvom sociálnych médií je politikmi vyhľadávaná, lebo podnecuje občanov k účasti na politike a aktívnej komunikácii s politikmi. Politici môžu cez Facebook, ktorý patrí medzi najpopulárnejšie sociálne médiá, priamo komunikovať s občanmi. Komunikácia je dostupná všetkým, ktorí sa prihlásia na Facebook.

Ochota politických aktérov publikovať informácie online prostredníctvom sociálnych médií znamená že „občania sa môžu jednoducho informovať o aktuálnych politických otázkach. Je preto pravdepodobné, že občania budú lepšie informovaní (Koop, Jansen 2009). S týmto tvrdením môžeme súhlasiť. Občania, ktorí komunikujú a vyjadrujú svoj názor na Facebooku sú skutočne informovanejší o aktivitách politikov. Ako príklad môžeme uviesť bývalého premiéra Igora Matoviča, ktorý rád publikoval na Facebooku dopredu, čo sa chystá urobiť, t. j. jeho prívrženci vedeli čo sa stane ešte pred tým, ako danú problematiku prerokoval so svojimi koalíčnými partnermi.

Myšlienka deliberatívnej demokracie, ktorej ústrednou črtou je snaha o vzájomnú komunikáciu, ktorá zahŕňa preferencie, a hodnoty, ktoré sa týkajú spoločných záujmov, a diskusia by sa mala uskutočňovať v kontexte rovnakého uznania, rešpektu, reciprocitu a dostatočne vyváženej sily, aby mohol fungovať komunikačný vplyv (Dahlgren 2005). Deliberatívna demo-

kracia môže mať vplyv na nový spôsob politickej výmeny názorov medzi politikmi a občanmi na sociálnych médiách (Pellizzoni 2001; Bächtiger et al. 2018; Edgerly et al 2016)). Môže posilniť demokratické procesy, pretože umožňuje priamy a nepretržitý dialóg medzi občanmi a ich volenými zástupcami. Prekvapujúcim faktom je, že počty občanov zapojených do politických diskusií prostredníctvom sociálnych médiá sú stále malé v porovnaní s inými krajinami a tento počet je obmedzený len na tých, ktorých zaujíma politický život (Russmann 2012).

V súčasnosti je jedným zo spôsobov merania popularity politikov porovnanie počtu sledovateľov ich Facebookovej stránky. Na Slovensku je najpopulárnejšia prezidentka Čaputová, ktorej Facebook sleduje 318 455 prívržencov. Na druhom mieste je Peter Pellegrini s počtom 316 000 prívržencov. Na treťom mieste je Igor Matovič s počtom 284 639. Súčasný premiér Heger má len 34 000 prívržencov. Tu je dôležité upozorniť na fakt, že prívrženec nemusí byť súčasťou diskusie. Napríklad na stránke I. Matoviča sme našli 1 300 komentárov na jeden z jeho príspevkov. Rovnaký počet komentárov sme zistili pri príspevku Na Slovensku bude znieť hlas zmierenia na stránke Petra Pellegriniho. Príspevok Prezidentky Čaputovej, ktorý sa týkal pápeža Františka, mal 11 000 komentárov. Príspevok premiéra Hegera na tému Mafía a korupcia budú na Slovensku zastavené mal 4 300 komentárov.

Facebook ako prostriedok šírenia populizmu

Facebook ako prostriedok ovplyvňovania verejnej mienky sa dostáva na Slovensku čoraz viac do popredia a stáva prostriedkom politického boja. Je obzvlášť využívaný populistickými politikmi typu Matovič, Kollár, Pellegrini, Blaha, ktorí sa svojimi statusmi snažia osloviť čo najväčší počet voličov, obzvlášť mladých ľudí a prvovoličov. V tomto kontexte je na mieste diskusia, či internet vlastne skutočne rozširuje mieru demokracie, keďže do politickej diskusie sa môžu zapojiť viacerí účastníci, ktorí by sa inak do verejnej diskusie nezapojili. Na druhej strane ale rastie nebezpečenstvo, že prostredníctvom internetu sa rýchlejšie šíri nenávisť, konšpiračné teórie, vulgarizmy, prípadne extrémistický obsah. Je však evidentné, že politici reagujú na názory verejnosti, čím umožňujú šíriť populistické obsahy (Cingurová, Dulebová, Štefančík 2021). Podľa Muddeho (2004) možno populizmus definovať ako ideológiu, v ktorej je spoločnosť rozdelená na dve antagonistické skupiny, „obyčajní ľudia“ a „skorumpovaná elita“. Do tohoto spoločenského rozhrania vstupuje populista, ktorý v mene všetkých „tvrd pracujúcich a slušných ľudí“ ponúka zvrhnutie súčasného zriadenia a presa-

denie akejsi „vôle ľudu“. Medzi charakteristické znaky populizmu patria napr. spochybňovanie demokratických inštitúcií, snahu ochraňovať skupinu obyčajných ľudí, publikovanie emotívnych statusov s cieľom mobilizovať voliča (Bendl et al 2019-2020, Thornborrow et al 2021). Podľa Josefa Smolíka (2018: 102) je populizmus v súčasnosti „ako zbraň v konkurenčnom boji jednotlivých politických aktérov, ktorí pomocou masových médií často využívajú „label“ populizmu k tomu, aby svojich ideových protivníkov v očiach verejnosti zdiskreditovali.

Populizmus statusov slovenských politikov môžeme zdokumentovať ukázkami ich výrokov, pre ktoré je typické používanie špecifických výrazových prostriedkov, ako je napríklad metafora:

- „*Viem, že je pred nami ešte veľmi ťažká a klukatá cesta, ale nakoniec dobro zvíťazí*“ (Igor Matovič, 17.9.2021).

Metaforou ťažká a klukatá cesta ex-premiér Matovič indikuje, že nás čakajú ešte ťažké časy.

- „*Dohodnutý vyšetrovateľ. Dohodnutý prokurátor. Dohodnutý sudca. Presne takto to vyzereá, keď mafii slúžia žoldnieri. Dlhو sme mlčali, Mafia však nemlčala. Organizovala svinstvá, nakupovala a najmä hlasno kričala. Zoradila šiky svojich verných na kľúčových miestach a výsledok vidíme v tieto dni. Ukázať, že nie pravda a česť, ale prachy a lesť majú byť našej ceste majákom. Urobili sme chybu. Mysleli sme, že každý sa môže zmeniť k lepšiemu. Boli sme milosrdní a oni dôveru zneužili. Nastal skutočný bod zlomu. Bud' ich zastavíme, alebo Slovensko znova stratíme*“ (Igor Matovič, 16. 9. 2021).

Aj v tomto príklade vidíme využívanie metafor „prachy a lesť majú byť našej ceste majákom“, „šiky svojich verných“, „bod zlomu“ s cieľom obrazným pomenovaním problému upútať čitateľa statusu a presvedčiť ho o svojej pravde.

- „*Súhlasím s Kurzom oni sa nedajú integrovat a preto treba pomôcť ich zachranit tam v ich prirodzenom prostredí v ich civilizacnom okruhu ich religii cim su okolite staty a rovnako mozem vyhlasiť ze kym bude hnutie SME RODINA vo vladnej koalicii nedovoli navysovat uz odsuhlaseny pocet 10 a akekolvek snahy koalicnych partnerov o navysenie uvedeneho cisla budeme vetovat*“ (Boris Kollár, 20. 8. 2021).

Status Borisa Kollára sa vyznačuje nedodržiavaním základných pravidiel pravopisu. Status je chaotický a pre čitateľa, ktorý nie je oboznámený s danou politickou situáciou, môže byť nezrozumiteľný.

- „*Rozvrat štátu beží v priamom prenose a vládna koalícia po Bezpečnostnej rade ide zriadiť komisiu. Divadlo a teatro, ktoré kritickú situáciu nerieši*“ (Peter Pellegrini, 16. 9. 2021)

Ex-premiér P. Pellegrini vo svojom statuse, použil, podobne ako Matovič metaforu „beží v priamom prenose“ s cieľom obrazne vyjadriť a zvýrazniť súčasnú politickú situáciu na Slovensku.

- „*Nielenže oberajú tých najslabších o poslednú kôrku chleba, ale ešte aj idú robiť medicínske experimenty na našich malých deťoch*“ (Ľuboš Blaha, 22. 9. 2021).

Poslanec Ľuboš Blaha (Smer-SD) použil v statuse metaforu „poslednú kôrku chleba“, ktorá indikuje, že vládna koalícia oberá najchudobnejších o všetko, čo korešponduje s jeho dlhodobým šírením sociálnej demagógie (Štefančík 2020).

Uvedené statusy zo sociálnych sietí sme použili na zdokumentovanie populistických vyjadrení vybraných slovenských politikov. V statusoch využívajú umelecké jazykové prostriedky s cieľom navodiť ich emotívnu zangažovanosť v danej problematike a v snahe vytvoriť dojem, že oni sú tí, ktorí tú situáciu dokážu zmeniť.

Záver

Výskumu využívania sociálnych médií v politickom boji sa v západných krajinách venuje pomerne veľká pozornosť. V prípade Slovenska vidíme práve na tomto poli priestor na ďalší politologingvistický výskum prostredníctvom analýzy statusov publikovaných na stránkach sociálnych sietí ako sú Facebook, Twitter, prípadne mikroblog. Na Slovensku politici využívajú hlavne Facebook na zviditeľňovanie svojich názorov, ale na západe je okrem Facebooku veľmi populárny Twitter. Je len otázkou času, keď aj slovenskí politici začnú využívať Twitter vo väčšej miere v politickom boji o voliča. Predpokladám, že sociálne siete spravujú politikom profesionálne marketingové agentúry, nič to však nemení na fakte, že niekedy sa aj v týchto statusoch objavujú gramatické, prípadne stylistické nedostatky.

Literatúra

- BÄCHTIGER, A.; DRYZEK, J. S.; MANSBRIDGE, J.; WARREN, M. (2018): *The Oxford Handbook of Deliberative Democracy*. New York: Oxford University Press. doi:10.1093/oxfordhb/9780198747369.013.50.
- BOYD, D.; ELLISON, N. (2008): Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13: 210-230. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>.
- BARABÁSI, A.L. (2003): *Linked: How Everything is Connected to Everything Else and What It Means for Business, Science, and Everyday Life*. New York: Plume.
- BENDL; T. BOŘIL, V.; SUCHÁNEK, J. (2020): Populismus, migrace a virtuální svět. *Geografické rozhledy* 29(5): 8-11.
- CINGEROVÁ, N.; DULEBOVÁ, I.; ŠTEFANČÍK, R. (2021): *Politická lingvistika*. Bratislava: EKONÓM.
- EDGERLY, S.; THORSON, K.; BIGHASH, L.; HANNAH, M. (2016): Posting about politics: Media as resources for political expression on Facebook. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(2): 108-125. doi:10.1080/19331681.2016.1160267.
- KOOP, R.; JANSEN, H. J. (2009): Political Blogs and Blogrolls in Canada: Forums for Democratic Deliberation? *Social Science Computer Review*, 27(2): 155-173. <https://doi.org/10.1177/0894439308326297>.
- KRZYŻANOWSKI, M.; TUCKER, J.A. 2018 Re/constructing politics through social & online media Discourses, ideologies, and mediated political practices. *Journal of Language and Politics*, 17(2): 141-154, doi:10.1075/jlp.18007.krz.
- MUDDE, C. (2004): The populist zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4): 541–563. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x>.
- PELLIZZONI, L. (2001): The myth of the best argument: power, deliberation and reason. *British Journal of Sociology*, 52(1): 59-86. <https://doi.org/10.1080/00071310020023037>.
- RUSSMANN, U. (2012): An Analysis of Political Campaign Communication in Austria. *Zeitschrift für Politikberatung*, 5(3): 115-125. doi: 10.5771/1865-4789-2012-3-115.
- SMOLÍK, J. (2018): Populismus je... In: ŠTEFANČÍK, R. (ed.): *Jazyk a politika. Na pomedzí lingvistiky a politológie III*. Bratislava: EKONÓM, s. 101-116.
- ŠTEFANČÍK, R. (2012): Od okrúhlych stolov v televízii do virtuálneho sveta internetu : vývoj predvolebnej kampane v Slovenskej republike. In: CIBÁKOVÁ, V.; LIDÁK, J. (eds.): *Česká a Slovenská republika po*

- roce 1993: ekonomický a politický vývoj. Kolín: Nezávislé centrum pro studium politiky, s. 203-223.
- ŠTEFANČÍK, R. (2020): Dva odlišné svety so spoločným jazykom. Politické naratívy krajných pólov ideového spektra. In: ŠTEFANČÍK, R. (ed.): *Jazyk a politika: na pomedzí lingvistiky a politológie V*. Bratislava: EKONÓM, s. 371-385.
- THORNBORROW, J.; EKSTROM, M.; PATRONA, M. (2021): Discursive constructions of populism in opinion-based journalism: A comparative European study. *Discourse, Context and Media*, 44. doi:10.1016/j.dcm.2021.100542.
- TROTTIER, D.; FUCHS, Ch. (2015): Theorising Social Media, Politics and the State: An Introduction. In: TROTTIER, D.; FUCHS, Ch. (eds): *Social Media, Politics and the State*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315764832>.
- WASSERMAN, S.; FAUST, K. (2012): *Social Network Analysis*. Cambridge, UK. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511815478>.

Kontakt:

PaedDr. Eva Stradiotová, PhD.

Katedra anglického jazyka	Department of English Language
Fakulta aplikovaných jazykov	Faculty of Applied Languages
Ekonomická univerzita v Bratislave	University of Economics Bratislava
E-mail Address: eva.stradiotova@euba.sk	

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3003-2850>