

Vulgarizácia ako strategický nástroj v ére algoritmickej politickej komunikácie na Slovensku

Adam HOMOLÍK

Abstrakt

Príspevok analyzuje fenomén vulgarizácie politickej komunikácie v slovenskom mediálnom priestore ako cieľenú stratégiu adaptovanú na logiku súčasného digitálneho prostredia. Cieľom je preukázať, že vulgarizácia nie je iba prejavom poklesu politickej kultúry, ale predstavuje efektívny nástroj na maximalizáciu viditeľnosti v prostredí sociálnych sietí. Práca na základe analýzy teoretických konceptov a konkrétnych príkladov zo slovenskej politiky demonštruje, ako architektúra sociálnych platforiem, najmä mechanizmy algoritmickeho zosilňovania, systematicky odmeňujú expresívny, konfrontačný a emocionálne vyhrotený obsah. V závere príspevok diskutuje dôsledky tohto javu, ako sú prehlbovanie spoločenskej polarizácie a erózia dôvery v demokratické inštitúcie.

Kľúčové slová

Politická komunikácia, vulgarizácia, sociálne siete, algoritmy, polarizácia

Abstract

The paper analyzes the phenomenon of the vulgarization of political communication in the Slovak media space as a deliberate strategy adapted to the logic of the current digital environment. The aim is to demonstrate that vulgarization is not merely a sign of declining political culture, but an effective tool for maximizing visibility in the social media ecosystem. Based on an analysis of theoretical concepts and specific examples from Slovak politics, the paper demonstrates how the architecture of social platforms, particularly algorithmic amplification mechanisms, systematically rewards expressive, confrontational, and emotionally



charged content. In conclusion, the paper discusses the consequences of this phenomenon, such as the deepening of social polarization and the erosion of trust in democratic institutions.

Keywords

Political communication, vulgarization, social networks, algorithms, polarization

Úvod

Politická komunikácia v slovenskom mediálnom priestore prechádza v ostatných rokoch markantným posunom smerom k narastajúcej expresivite, emocionalizácii a radikalizácii rečových stratégií. Významným prejavom tejto tendencie je rozširovanie vulgarizovaného jazyka do sfér, ktoré boli donedávna viazané na normy formálnej a etickej korektnosti. Verbálna agresivita už nie je vnímaná ako výnimka, ale ako legitímna súčasť politickej sebareprezentácie s cieľom vyvolať pozornosť, polarizovať publikum alebo vytvoriť efekt „autenticosti“. Tento proces nie je len izolovaným lingvistickým javom, ale komplexným kultúrno-komunikačným procesom, ktorý je podmienený štrukturálnymi zmenami v mediálnej sfére a politickej reprezentácii (Višňovský 2020). Tento trend potvrdzuje aj Grupač (2025), ktorý upozorňuje, že politický jazyk využíva tabuizované výrazy strategicky – najmä na posilnenie emocionálneho účinku, mobilizáciu priaznivcov či diskreditáciu oponentov, čím priamo vplýva na jazykové a hodnotové nastavenie celej spoločnosti.

Kľúčovú úlohu v tejto transformácii zohrávajú médiá, predovšetkým sociálne siete, ktoré sa zo sprostredkovateľov menia na aktívnych spolutvorcov nových diskurzívnych noriem. Súčasná dynamika politickej komunikácie je výrazne ovplyvnená vznikom hybridného mediálneho systému, v ktorom sa tradičné a nové médiá prelínajú a modifikujú (Wells, Friedland 2023). Problémom ktorý tento príspevok rieši, je teda narastajúca normalizácia a strategické využívanie vulgarizmov v politickom diskurze akcelerované špecifikami digitálneho mediálneho prostredia. Cieľom tohto príspevku je analyzovať, ako sa vulgarizácia politickej komunikácie na Slovensku stáva efektívnou stratégiou v digitálnom prostredí riadenom



algoritmami a preukázať, že architektúra sociálnych sietí systematicky uprednostňuje a zosilňuje vulgárny a konfrontačný obsah, čím ho transformuje z prehrešku voči norme na racionálny nástroj v boji o pozornosť a politickú mobilizáciu.

Metodológia výskumu

U Vzhľadom na to, že predmetom príspevku je analýza komplexného a dynamického fenoménu situovaného na rozhraní mediálnych štúdií, politológie a lingvistiky, ako metodologický rámec sme zvolili teoretickú syntézu doplnenú kvalitatívnou analýzou sekundárnych zdrojov a prípadových štúdií. S prihliadnutím na charakter skúmaného problému a aktuálny stav vedeckého poznania nebol realizovaný primárny empirický výskum. Výskumná práca sa preto zakladá na:

1. **Analýze relevantnej odbornej literatúry:** Skúmali sa teoretické koncepty týkajúce sa politickej komunikácie, jazykovej expresivity, mediálnych systémov (tradičných aj digitálnych), fungovania sociálnych sietí (ekonomika pozornosti, algoritmické zosilňovanie, filtračné bubliny) a procesov normalizácie.
2. **Analýze prípadových štúdií zo slovenského prostredia:** Pozornosť bola venovaná komunikačným stratégiám vybraných politických aktérov (najmä R. Fica a I. Matoviča) v digitálnom priestore, ako boli popísané v dostupných analýzach a mediálnych výstupoch.
3. **Syntéze poznatkov:** Získané teoretické poznatky boli aplikované na analýzu slovenského mediálneho a politického prostredia s cieľom identifikovať špecifické mechanizmy, ktorými digitálne platformy ovplyvňujú používanie vulgarizmov a expresívneho jazyka v politike.

Predmetom skúmania je teda proces vulgarizácie politickej komunikácie na Slovensku, s dôrazom na jeho prejavy a akceleráciu v prostredí sociálnych sietí. Výskumné otázky na ktoré príspevok hľadá odpoveď: **Ako architektúra a algoritmická logika sociálnych sietí ovplyvňuje používanie vulgarizmov politikmi na Slovensku? Aké strategické výhody**



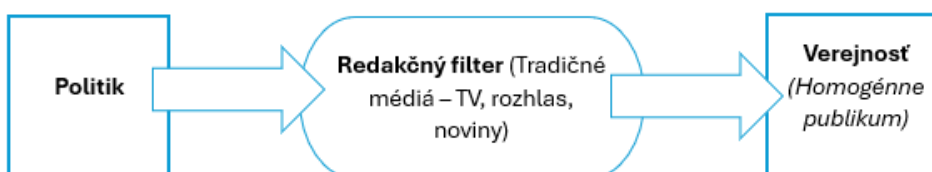
prináša vulgarizácia politickým aktérom v digitálnom prostredí? Aké sú dôsledky tohto javu pre politickú kultúru a demokraciu na Slovensku?

Analýza a interpretácia výskumu

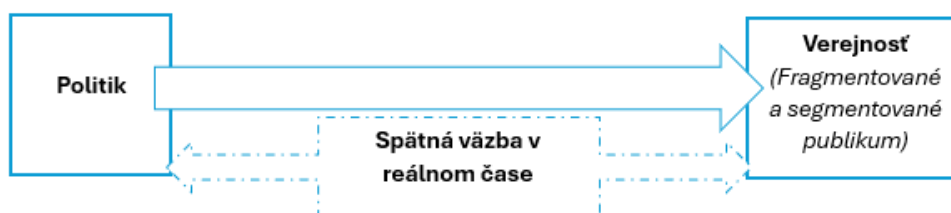
Analýza teoretických konceptov a ich aplikácia na slovenský kontext priniesla nasledujúce zistenia:

1. **Transformácia mediálneho prostredia:** Prechod od tradičného mediálneho modelu s redakčnými filtermi k digitálnemu modelu priamej komunikácie politikov s verejnosťou (viď Obrázok 1) zásadne zmenil podmienky politickej komunikácie. Tento posun umožnil personalizáciu a emocionalizáciu prejavu a zároveň oslabil tradičné normy formálnosti a slušnosti.

A) Tradičný model politickej komunikácie (Éra masmédií)



B) Digitálny model politickej komunikácie (Éra sociálnych sietí)

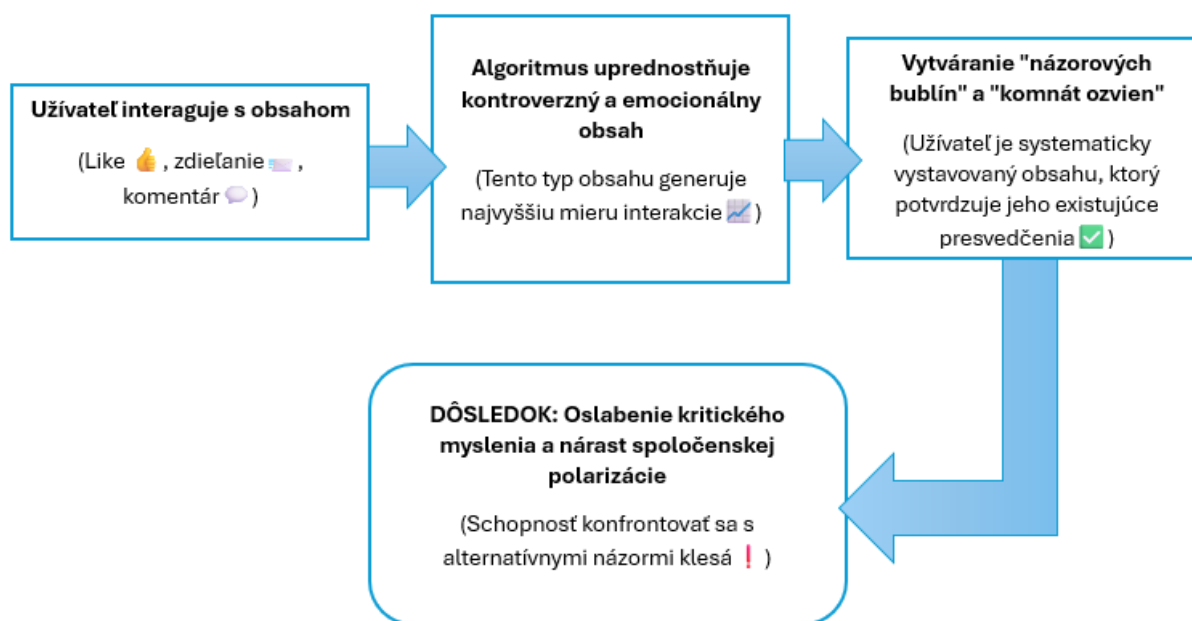


Obrázok 1 Zmena paradigmy politickej komunikácie v digitálnom veku (Zdroj: Spracované autorom na základe Navrátilová 2015 a Tokarčíková 2021)

2. **Architektúra digitálneho priestoru podporuje expresivitu:** Sociálne siete fungujú na princípe maximalizácie pozornosti a interakcií. Algoritmy týchto platforiem systematicky uprednostňujú obsah, ktorý vyvoláva silné emócie (pozitívne aj



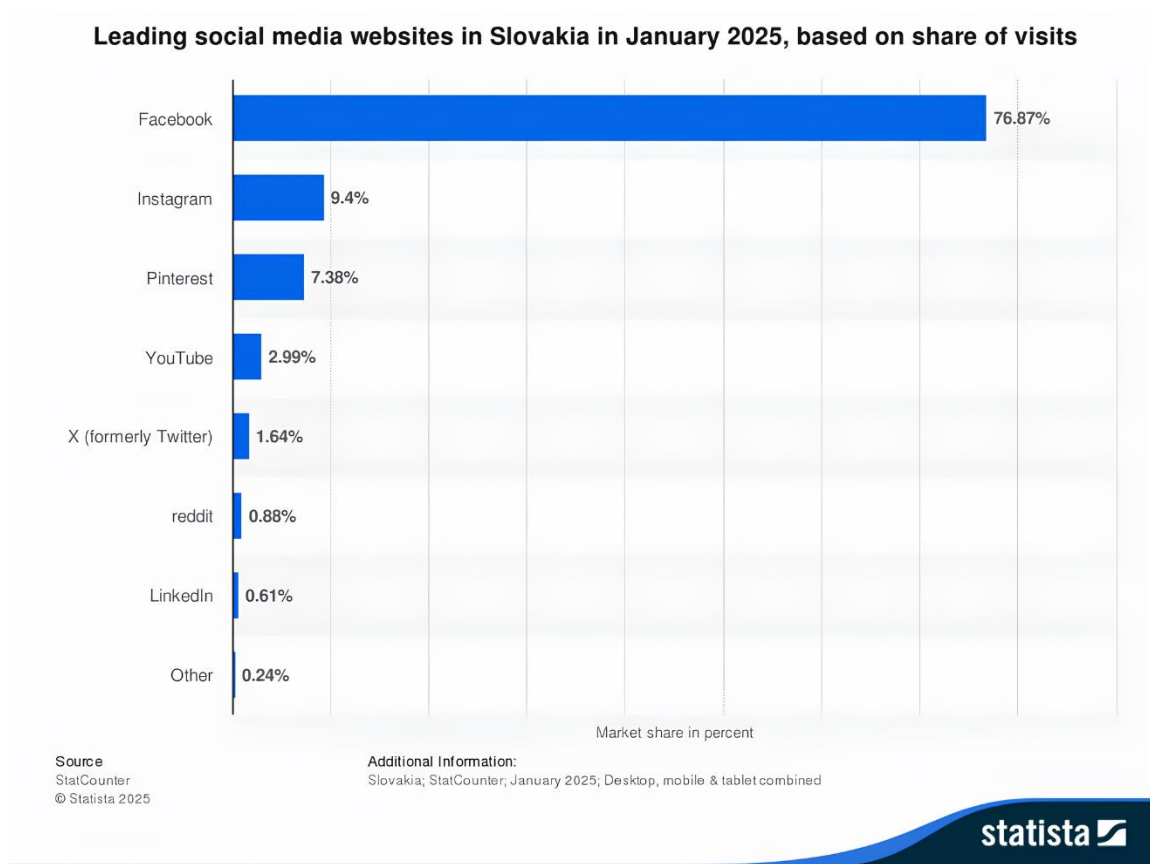
negatívne), je kontroverzný a šokujúci, pretože takýto obsah generuje najvyššiu mieru zapojenia (lajky, zdieľania, komentáre). Tento mechanizmus algoritmického zosilňovania vedie k vytváraniu názorových bublín a echo komôr (viď Obrázok 2), čím sa prehĺbuje polarizácia.



Obrázok 2 Mechanizmus algoritmickeho posilňovania a jeho dôsledky (Zdroj: Spracované autorom na základe Pálka 2025; Fakescape 2024 a Trend 2025)

3. **Dominancia Facebooku na Slovensku:** Slovenský digitálny priestor je charakteristický dominanciou platformy Facebook (viď Obrázok 3), ktorá koncentruje väčšinu politickej online komunikácie a je kľúčovým priestorom pre politický boj.





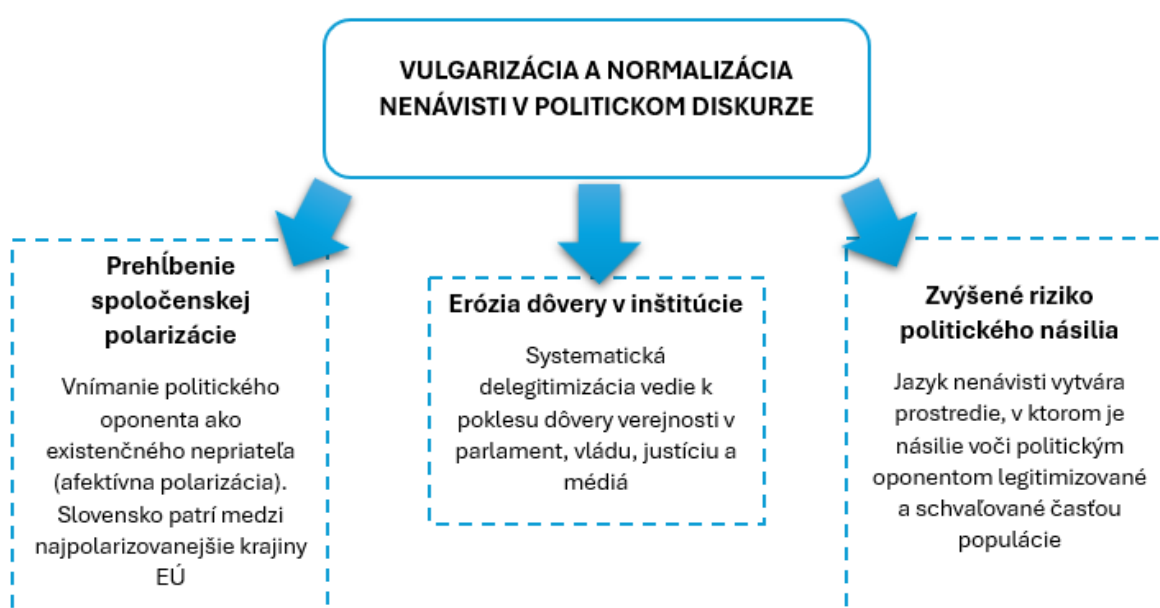
Obrázok 3 Najväčšie platformy sociálnych médií na Slovensku podľa podielu návštevnosti webových stránok (Statista 2025)

4. **Vulgarizácia ako strategický nástroj:** V prostredí riadenom algoritmi sa vulgarizácia stáva efektívnou stratégiou. Hrubé výrazy a osobné útoky generujú vysokú mieru interakcií (aj negatívnych), čím „oklamú“ algoritmus a zabezpečia obsahu vyšší organický dosah a viditeľnosť. Politici tak môžu byť paradoxne odmeňovaní za porušovanie komunikačných noriem.
5. **Príklady zo Slovenska:** Stratégie kľúčových slovenských politikov túto logiku potvrdzujú. Výber Roberta Fica a Igora Matoviča v našej analýze nie je náhodný – títo aktéri predstavujú dva dominantné, no odlišné príklady úspešnej adaptácie na algoritmické prostredie. Komunikačný štýl R. Fica (reprezentujúci „industrializáciu politickej nenávisti“ šírenú aj platenou reklamou) a I. Matoviča (reprezentujúci „normalizáciu neslušnosti“ založenú na konflikte a performatívnej autenticite) sú



najvýraznejšími príkladmi toho, ako rozdielne taktiky vulgarizácie vedú k rovnakému cieľu – vysokej efektívite v algoritmicke riadenom prostredí sociálnych sietí.

6. **Negatívne dôsledky:** Hoci spektrum negatívnych dopadov vulgarizácie môže byť širšie (napr. psychologické dopady na jednotlivca), naša analýza na základe skúmaných dát identifikovala primárne tieto systémové dopady na slovenskú spoločnosť (viď Obrázok 4): prehĺbvanie spoločenskej polarizácie, eróziu dôvery verejnosti v demokratické inštitúcie a vytváranie prostredia legitimizujúceho politické násilie.



Obrázok 4 Dôsledky vulgarizácie politickej komunikácie pre slovenskú demokraciu (Zdroj: Spracované autorom na základe DEKK Inštitút 2025; Mesežnikov 2021 a Týždeň 2024)

Diskusia

Výsledky analýzy potvrdzujú, že vulgarizácia v slovenskej politickej komunikácii nie je len prejavom individuálneho zlyhania či poklesu kultúry, ale čoraz viac sa javí ako kalkulovaná stratégia, ktorá je vysoko efektívna v súčasnom mediálnom systéme. Tieto zistenia korešpondujú s tvrdeniami Štefančíka a Dulebovej (2017), ktorí už skôr identifikovali, že politici využívajú expresívne výrazy zo strategických dôvodov – primárne na upútanie

pozornosti v presýtenom prostredí a na budovanie obrazu „autenticity“. Architektúra sociálnych sietí, postavená na ekonomike pozornosti, tento trend nielen umožňuje, ale priam vyžaduje. Vytvára prostredie, kde sa konfrontačný a expresívny jazyk stáva racionálnym nástrojom na dosiahnutie politických cieľov – najmä získanie viditeľnosti a mobilizáciu voličov. Používanie vulgarizmov ako prostriedku na upútanie pozornosti v politickej komunikácii poukazuje na zásadný problém – napätie medzi individuálnym, účelovo kalkulovaným konaním politika a záujmom o zachovanie kultivovaného verejného priestoru. Tento jav potvrdzuje obavy Blumlera (2015), ktorý upozorňuje na fenomén tzv. vernacular discourse – každodenného, emocionálne nasýteného a neformálneho diskurzu, ktorý síce rozširuje verejný priestor, no zároveň oslabuje schopnosť viesť racionálnu diskusiu. Práve táto rovnováha sa v digitálnom prostredí čoraz častejšie narúša. Dôraz na individuálnu sebareprezentáciu a taktické získavanie pozornosti často prevyšuje vecnú argumentáciu a rešpekt voči názorovým oponentom. Ako upozorňuje Švec (2021), *„Argumentácia slobodou musí byť sprevádzaná spoločenskou zodpovednosťou a spoločenským záujmom, pričom by mali byť vo vyváženom pomere“* (Švec 2021, s. 634). V kontexte nami analyzovaných dát z prostredia sociálnych sietí vidíme, že táto spoločenská zodpovednosť ustupuje algoritmickej logike zisku interakcií. Proces normalizácie vulgarizácie tak nepredstavuje len otázku jazykovej kultúry či estetickej úrovne komunikácie, ale stáva sa vážnym systémovým problémom. Oslabuje základy racionálnej a otvorenej diskusie, podkopáva dôveru občanov voči politickým inštitúciám a médiám. Tento tlak na kredibilitu informačného priestoru potvrdzujú v širšom kontexte aj Maček a Pošteková (2025), ktorí upozorňujú, že *„médiá dnes stoja pred výzvou, ako si udržať dôveru verejnosti v prostredí, kde je možné sfalšovať takmer akýkoľvek obrazový alebo zvukový záznam“*. V krajnom prípade môže takáto erózia dôvery prispieť k radikalizácii verejnosti či legitimizácii násilného správania.

Limity výskumu

Tento príspevok je založený na teoretickej analýze a syntéze existujúcich poznatkov. Pre hlbšie pochopenie javu by bol potrebný ďalší empirický výskum, napríklad kvantitatívna obsahová analýza jazyka politikov na sociálnych sieťach v dlhšom časovom horizonte, experimentálny



výskum vplyvu vulgárneho jazyka na postoje voličov, alebo kvalitatívne rozhovory s politickými aktérmi.

Záver

Analýza potvrdila, že vulgarizácia politickej komunikácie v slovenskom mediálnom priestore nie je náhodným ani okrajovým javom. Predstavuje premyslenú a vysoko efektívnu stratégiu, ktorá je priamou odpoveďou na zmenenú logiku mediálneho prostredia v digitálnom veku. Architektúra sociálnych sietí, založená na ekonomike pozornosti a algoritmickej zosilňovaní, systematicky odmeňuje emocionálny, konfrontačný a expresívny obsah, čím motivuje politických aktérov k jeho produkcii. Politici sa naučili „ovládnúť“ pozornosť publika a algoritmov prostredníctvom jazyka, ktorý by bol v tradičnom mediálnom ekosystéme neakceptovateľný. Dôsledkom je postupná normalizácia expresívneho jazyka, prehĺbovanie spoločenských konfliktov a oslabovanie základov deliberatívnej demokracie. Tento vývoj predstavuje zásadnú výzvu nielen pre politickú kultúru, ale aj pre mediálnu gramotnosť a dlhodobú odolnosť demokratických inštitúcií na Slovensku.

Zoznam použitých zdrojov

BLUMLER, Jay G., (2015). Core Theories of Political Communication: Foundational and Freshly Minted. *Communication Theory*, vol. 25 (2015), no. 4, s. 426 – 438.

BUDAIOVÁ, Veronika, (2024). *Nekonvenčnosť počas pandémie COVID-19 v podaní Igora Matoviča*. EJO. Online. 2024-02-13. Dostupné na: <https://cz.ejo-online.eu/7533/nova-media-a-web-2-0/nekonnecnost-pocas-pandemie-covid-19-v-podani-igora-matovica>. [zobrazené 2025-11-09].

DEKK INŠTITÚT, (2025). *Polarizácia a Antisystém 2025: Slovensko*. Online. DEKK Inštitút, 2025. Dostupné na: <https://www.dekk.institute/wp-content/uploads/2025/07/Polarizacia-a-antisystem-Slovensko-2025.pdf>. [zobrazené 2025-11-19].



FAKESCAPE, (2024). *Echo chambers?*. Online. Dostupné na:
<https://fakescape.cz/project/echo-chambers/>. [zobrazené 2025-11-09].

FARSKÁ, Karin a Michal KYJOVSKÝ, (2025). *Platená nenávisť na sociálnych sieťach – útoky politikov na novinárov pokračujú*. ICJK. Online. 2025-02-14. Dostupné na:
<https://www.icjk.sk/375/Platena-nenavist-na-socialnych-sietach-utoky-politikov-na-novinarov-pokracuju>. [zobrazené 2025-11-09].

FONDATION DESCARTES, (2025). *Filter bubbles and echo chambers*. Online. 2020-07-07. Dostupné na: <https://www.fondationdescartes.org/en/2020/07/filter-bubbles-and-echo-chambers/>. [zobrazené 2025-11-09].

GRUPÁČ, Marián. Diskurzívne stratégie narábania s tabuizovanou lexikou v politike a umení ako súčasť mediálnej gramotnosti. In: HOMOLOVÁ, Monika – POŠTEKOVÁ, Beáta (eds). *Premeny poznania most medzi vedami I*. Ružomberok: Verbum, 2025, s. 306 – 320. ISBN 978-80-561-1192-5.

GÜÇDEMİR, Yeşim a Aslıhan ÖZSALIH, (2018). The role of gatekeepers in agenda-setting in social media: the twitter sample in Turkey. *The Online Journal of Communication and Media*. Online. vol. 4 (2018), no. 4, s. 1 – 14. Dostupné na:
<https://www.tojcam.net/journals/tojcam/articles/v04i04/v04i04-07.pdf>. [zobrazené 2025-11-18].

MESEŽNIKOV, Grigorij, (2021). *Slovensko po troch desaťročiach slobody*. Online. Inštitút pre verejné otázky, 2021. Dostupné na:
https://www.ivo.sk/buxus/docs/publikacie/subory/Slovensko_po_troch_desatrociach_slobody.pdf. [zobrazené 2025-11-19].

MAČEK, Dominik a Beáta POŠTEKOVÁ, (2025). Deepfake videá ako výzva pre etiku médií a spoločenskú zodpovednosť. *Prohuman*. Online. 2025-10-26. Dostupné na:
<https://www.prohuman.sk/andragogika/deepfake-videa-ako-vyzva-pre-etiku-medii-a-spolocensku-zodpovednosti>. [zobrazené 2025-11-23].



NAVRÁTILOVÁ, Dagmar, (2015). *Technika štúdia a rétorika*. Online. Technická univerzita v Košiciach, 2015. Dostupné na:

<https://kphv.fvt.tuke.sk/media/documents/dc1af5d66d0c960df32fc267ff022955.pdf>.

[zobrazené 2025-06-19].

PÁLKA, Dominik, (2025). *Politici pochopili algoritmy sociálnych sietí. Čím som hlučnejší a kontroverznejší, tým som úspešnejší, vysvetľuje expert*. TA3. Online. 2025-02-14. Dostupné na: <https://www.ta3.com/clanok/980311/politici-pochopili-algoritmy-socialnych-sieti-cim-som-hlucnejši-a-kontroverznejši-tym-som-uspesnejši-vysvetľuje-expert>. [zobrazené 2025-11-09].

SEDLÁKOVÁ, Renáta, (2014). *Výzkum médií*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9.

STATCOUNTER, (2025). *Leading social media websites in Slovakia in January 2025, based on share of visits*. Statista. Online. 2025. Dostupné na:

https://www.statista.com/statistics/1165913/market-share-of-the-most-popular-social-media-websites-in-slovakia/?srsltid=AfmBOoobQI_ngcf7a7uUBFMJ8VbkUiyumfMoO8Dy8fhaV6e-1lWdyFu7. [zobrazené 2025-10-10].

SUSTAINABILITY DIRECTORY, (2025). *Algorithmic Amplification*. Online. Dostupné na: <https://climate.sustainability-directory.com/term/algorithmic-amplification/>. [zobrazené 2025-11-09].

ŠTEFANČÍK, Radoslav a Irina DULEBOVÁ, (2017). *Jazyk a politika: Jazyk politiky v konfliktnej štruktúre spoločnosti*. Bratislava: Ekonóm, 2017. ISBN 978-80-225-4414-6.

ŠVEC, Jakub, (2021). K problematike obmedzení osobnej slobody jednotlivca v kontexte dejín vybraných autorov sociálneho liberalizmu. *Filozofia*. Online. roč. 76 (2021), č. 8, s. 624 – 635. Dostupné na: <https://doi.org/10.31577/filozofia.2021.76.8.5>. [zobrazené 2025-11-19].



TOKARČÍKOVÁ, Zuzana, (2021). *Negatívne kampane na sociálnych sieťach na príklade slovenských parlamentných volieb v roku 2020*. Bakalárska práca; online. Marcela Konrádová (vedúca záverečnej práce) Univerzita Karlova, 2021. Dostupné na: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/126922/130303177.pdf>. [zobrazené 2025-11-16].

TÝŽDEŇ, (2024). *Polroka po atentáte na premiéra: Ako vyzerá stav polarizácie v slovenskej spoločnosti?*. Online. 2024-11-13. Dostupné na: <https://www.tyzden.sk/politika/115864/polroka-po-atentate-na-premiera-ako-vyzera-stav-polarizacie-v-slovenskej-spolocnosti/>. [zobrazené 2025-11-09].

TREND, (2025). *TREND Barometer: Sociálne siete silno ovplyvňujú správanie ľudí. Čo by s tým mal urobiť štát?*. Online. 2025-04-26. Dostupné na: <https://www.trend.sk/spravy/trend-barometer-socialne-siete-silno-ovplyvnuju-spravanie-ludi-co-tym-mal-urobit-stat>. [zobrazené 2025-11-09].

VIŠŇOVSKÝ, Emil, (2020). *Proti vulgarizácii verejnej diskusie*. Pravda. Online. 2020-01-14. Dostupné na: <https://nazory.pravda.sk/analyzy-a-postrehy/clanok/538756-proti-vulgarizacii-verejnej-diskusie/>. [zobrazené 2025-11-09].

WELLS, Chris a Lewis A. FRIEDLAND, (2023). *Recognition Crisis: Coming to Terms with Identity, Attention and Political Communication in the Twenty-First Century*. Political Communication. Online. vol. 40 (2023), no. 6, s. 681 – 699. Dostupné na: <https://doi.org/10.1080/10584609.2023.2222267>. [zobrazené 2025-11-19].

Autor

Bc. Adam Homolík
adam.homolik@st.umkd.uniza.sk

Ústav mediamatiky a kultúrneho dedičstva
Žilinská univerzita v Žiline



Univerzitná 8215/1

010 26 Žilina

SLOVENSKÁ REPUBLIKA

Adam Homolík je študentom magisterského štúdia v odbore mediálne a komunikačné štúdiá na Ústave mediamatiky a kultúrneho dedičstva, ktorý je súčasťou Žilinskej univerzity v Žiline. Počas štúdia sa sústreďuje na výskum politickej komunikácie, mediálnych procesov a dopadov digitálnych technológií na spoločnosť. Jeho odborný záujem sa zameriava najmä na problematiku polarizácie a transformácie jazykovej kultúry na Slovensku a v širšom stredoeurópskom priestore. Predkladaný príspevok vychádza z poznatkov a analýz, ktoré sú súčasťou jeho pripravovanej diplomovej práce.

