

# POLITICKÉ VEDY / POLITICAL SCIENCES

Journal for Political Sciences, Modern History, International Relations, security studies / Časopis pre politológiu, najnovšie dejiny, medzinárodné vzťahy, bezpečnostné štúdiá

URL of the journal / URL časopisu: <http://www.politickevedy.fpvmv.umb.sk>

**Author(s) / Autor(i):** Ondřej Filipec - Michal Garaj - Jaroslav Mihálik  
**Article / Článok:** Ako komunikuje pravica: komunikačné aktivity vybraných (krajne) pravicových politických strán v Českej republike a na Slovensku pred parlamentnými voľbami v rokoch 2016 a 2017 / Communication of the Right Wing: Communication Activities of the Selected (Far) Right Political Parties in the Czech Republic and Slovakia before Parliamentary Elections in 2016 and 2017

**Publisher / Vydavateľ:** Fakulta politických vied a medzinárodných vzťahov – UMB Banská Bystrica / Faculty of Political Sciences and International Relations – UMB Banská Bystrica

**DOI:** <http://doi.org/10.24040/politickevedy.2018.21.3.183-212>

**Recommended form for quotation of the article / Odporúčaná forma citácie článku:**

FILIPEC, O. - GARAJ, M. - MIHÁLIK, J. 2018. Ako komunikuje pravica: komunikačné aktivity vybraných (krajne) pravicových politických strán v Českej republike a na Slovensku pred parlamentnými voľbami v rokoch 2016 a 2017. In *Politické vedy*. [online]. Vol. 21, No. 3, 2018. ISSN 1335 – 2741, pp. 183-212. Available at: <http://doi.org/10.24040/politickevedy.2018.21.3.183-212>

By submitting their contribution the author(s) agreed with the publication of the article on the online page of the journal. The publisher was given the author's / authors' permission to publish and distribute the contribution both in printed and online form. Regarding the interest to publish the article or its part in online or printed form, please contact the editorial board of the journal: [politicke.vedy@umb.sk](mailto:politicke.vedy@umb.sk).

Poskytnutím svojho príspevku autor(i) súhlasil(i) so zverejnením článku na internetovej stránke časopisu Politické vedy. Vydavateľ získal súhlas autora / autorov s publikovaním a distribúciou príspevku v tlačenej i online verzii. V prípade záujmu publikovať článok alebo jeho časť v online i tlačenej podobe, kontaktujte redakčnú radu časopisu: [politicke.vedy@umb.sk](mailto:politicke.vedy@umb.sk).

# **AKO KOMUNIKUJE PRAVICA: KOMUNIKAČNÉ AKTIVITY VYBRANÝCH (KRAJNE) PRAVICOVÝCH POLITICKÝCH STRÁN V ČESKEJ REPUBLIKE A NA SLOVENSKU PRED PARLAMENTNÝMI VOĽBAMI V ROKOCH 2016 A 2017<sup>1</sup>**

## **COMMUNICATION OF THE RIGHT WING: COMMUNICATION ACTIVITIES OF THE SELECTED (FAR) RIGHT POLITICAL PARTIES IN THE CZECH REPUBLIC AND SLOVAKIA BEFORE PARLIAMENTARY ELECTIONS IN 2016 AND 2017**

**Ondřej Filipec - Michal Garaj - Jaroslav Mihálik\***

### **ABSTRACT**

Modern political parties more often use online communication and web-based tools of political marketing. Such activities are most visible in case of target marketing campaigns on web sites and social networks. This paper explored the communication tools and activities of selected right-wing political parties in the Czech Republic and Slovakia in the digital space. The aim was to compare two Czech (Labor Party of Social Justice - DSSS and Direct Democracy Party - SPD) and two Slovak parties (People's Party - Our Slovakia - LSNS and Slovak National Party - SNS). The choice of right-wing subjects has been put in place to guarantee the political diversity and variability within the right-wing parties, especially with regard to their democratic or antisystem orientation. The authors focused on the content

---

\* Mgr. et Mgr. Ondřej Filipec, PhD. pôsobí ako odborný asistent na Fakulte sociálnych vied, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Bučianska 4/A, 917 01 Trnava, Slovenská republika, e-mail: [ondrej.filipec@ucm.sk](mailto:ondrej.filipec@ucm.sk),

Mgr. Michal Garaj, PhD. pôsobí ako odborný asistent na Fakulte sociálnych vied, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Bučianska 4/A, 917 01 Trnava, Slovenská republika, e-mail: [michal.garaj@ucm.sk](mailto:michal.garaj@ucm.sk),

doc. PhDr. Jaroslav Mihálik, PhD. pôsobí ako docent na Fakulte sociálnych vied, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Bučianska 4/A, 917 01 Trnava, Slovenská republika, e-mail: [jaroslav.mihalik@ucm.sk](mailto:jaroslav.mihalik@ucm.sk).

DOI: <http://doi.org/10.24040/politickevedy.2018.21.3.183-212>

<sup>1</sup> Tento príspevok vznikol s podporou VEGA MŠ SR a SAV pre projekty č. 1/0339/17: Komparácia dynamiky inštitucionálnej konsolidácie krajne pravicových strán a hnutí v Českej republike a na Slovensku

analysis of program documents, web sites and communication through the Facebook social network, with data collection tracking two months before the parliamentary elections in 2016 in Slovakia and in 2017 in the Czech Republic. The results show that radical right wing political parties dominate the online communication compared to the traditional political campaigning.

**Key words:** far-right parties, political communication, political marketing, social networks

## Úvod

Hlavným cieľom štúdie je skúmať komunikačné vzory strán a analyzovať ich komunikačné aktivity na vybraných online platformách v období dvoch mesiacov pred parlamentnými voľbami na Slovensku a v Českej republike. Pri každej skúmanej strane tak prichádza nielen k rozboru programových priorít, ale najmä k analýze politickej a marketingovej komunikácie v rámci webových sídel strán a ich profilom na sociálnej sieti Facebook. Výskumná sonda teda neusiluje o komplexné zmapovanie komunikácie, ktorá využíva aj menej formálne komunikačné kanály, kontaktné kampane, billboardy a podobne. Predkladaný text predstavuje jasne ohraničenú porovnávaciu štúdiu komunikácie vybraných politických strán. Medzi komparačné kritériá sme selektovali:

- Výskyt slov a ich koreňov v publikovaných príspevkoch na webových sídlach politických strán;
- Variabilitu komunikovaných tém na webových sídlach a Facebookovom profile politických strán;
- Vzťah medzi počtom publikovaných tém na Facebookovom profile politických strán a mierou ich lajkovania, resp. zdieľania užívateľmi (voličmi).

V rámci prvej časti identifikujeme doménu sociálnych sietí ako hlavného nástroja politickej komunikácie a marketingu moderných politických strán, a to najmä z hľadiska cieľenej kampane na voliča. Téma politickej komunikácie je pomerne široká, preto sa zameriavame len na parciálne spracovanie doterajšieho výskumu kľúčových prvkov politickej komunikácie politických aktérov na webových sídlach a profiloch na sociálnych sieťach. Vzhľadom k nárastu populizmu a nacionalizmu v oboch krajinách ide o tému spoločensky významnú.

Ďalšia časť je zameraná na porovnanie dvoch českých strán pôsobiach v rôznej miere v rámci krajne pravicového spektra (DSSS a SPD), resp. politických strán na Slovensku (ĽSNS a SNS) na základe vyššie

determinovaných kritérií. Štruktúra tejto časti uľahčuje porovnanie v rámci národnej prizmy, resp. česko-slovenského, ale aj medzinárodného kontextu. Komparatívna štúdia tak predstavuje pomerne unikátnu analýzu štyroch politických subjektov pravicového spektra, z ktorých vždy dva pôsobia v odlišnom, avšak vzhľadom k politickej kultúre veľmi podobnom politickom prostredí.

Označenie selektovaných politických strán za strany krajnej pravice je problematické. Kým u DSSS a ĽSNS nie sú veľké pochybnosti o ich pozícii v rámci krajne pravicového politického spektra (extrémna pravica), u SPD a SNS ich zaradenie ku krajnej pravici neobstojí. SPD je strana prevažne populistická a radikálna, aj keď s tendenciou oslovovať aj voličov krajnej pravice (Stojarová, 2018), zatiaľ čo SNS na Slovensku je stranou populistickou a nacionalistickou. Autori **Betz a Immerfall** (1998) označujú ako strany krajnej pravice tie, ktoré presadzujú nasledovné: fundamentálne odmietnutie demokratických štandardov a ústavného systému, osobnej slobody, rovnosti a práv pre všetkých obyvateľov a ich nahradenie autoritatívnym systémom, v ktorom sú práva obyvateľom prisúdené najmä na základe rasy, etnicity alebo vierovyznania. Extrémna pravica otvorene podporuje násilie a vynucuje si jeho použitie za účelom dosiahnutia politických cieľov. Identifikácia krajnej pravice v rámci tejto štúdie je vzhľadom na problematiku konceptualizácie pojmov ukotvená na základe definičných kritérií **Casa Muddeho** (2007). Za strany krajnej pravice považujeme teda tie, ktoré usilujú o kombináciu nativizmu, autoritarizmu a populizmu. (Mudde, 2007; Stojarová, 2018)

Napriek tejto dichotómii v rámci typológie politických strán sa autori rozhodli zaradiť všetky subjekty do vzájomnej komparatívnej analýzy, a to najmä z dvoch dôvodov. Po prvé, porovnanie týchto strán s krajne pravicovými subjektmi môže odhaliť niektoré podobnosti v oblasti komunikácie, ktoré môžu vysvetliť úspech krajnej pravice na Slovensku v prípade ĽSNS, resp. neúspech v prípade DSSS v Českej republike. Po druhé, takéto porovnanie nadobúda na validite, pretože práve vybrané subjekty komunikujú na veľmi podobné témy a usilujú tak o priazeň podobne zmyšľajúcich voličov.

## **1 Politická komunikácia a marketing moderných politických strán: doména sociálnych sietí**

Moderné politické strany využívajú mnohé formy komunikácie a stratégie na získanie primeranej volebnej podpory. Tieto stratégie majú prioritu, aby sa

dostali k voličovi, aby sa zamerali na potrebnú populáciu, a v neposlednom rade na to, aby strany a lídri prezentovali svoje názory, vízie do budúcnosti alebo politickú agendu. V minulosti, keď bola úroveň komunikácie na oveľa nižšej úrovni, sa prioritne využívala metóda priameho kontaktu s voličom, ktorá bola postupne nahradená komunikáciou prostredníctvom sociálnych sietí, webových portálov a blogov. Týmto spôsobom sú politické strany schopné osloviť väčší počet potenciálnych voličov, komunikácia je jednoduchšia a finančne menej náročná. V dôsledku toho môže cieľená kampaň na webe a sociálnych médiách v relatívne malých krajinách ako je Česká republika a Slovensko do určitej miery eliminovať potrebu rozsiahlych investícií pre súkromné spoločnosti, ktoré sa podieľajú na tvorbe marketingových stratégií. Politický marketing prostredníctvom sociálnych médií môže predstavovať novú komunikačnú zbraň pre moderné politické strany. Tradičné komunikačné nástroje podľa autorov ustupujú a naopak, tento modernizmus možno považovať za súčasný a budúci trend pri orientácii prevažne na mladšiu a strednú generáciu potenciálnych voličov a preto ho používajú aj ideologicky radikálne strany. Predložená výskumná štúdia teda vychádza z porovnania, do akej miery sa vybraným subjektom darí využívať netradičnú a modernú formu komunikácie, pokiaľ ide o kvantitatívne dáta. Môže strana aktívne mobilizovať svojich voličov a stabilizovať preferencie využitím dominantne politickej komunikácie a marketingu prostredníctvom internetových nástrojov? Sú politické strany schopné aktívnej komunikácie bez obsahovo podstatnej agendy a zároveň vykazovať veľmi dobré volebné preferencie?

V porovnaní on-line marketingu s inými formami prezentácie vlastných produktov v našej škále straníckych postojov alebo volebných sľubov je cieľový internetový politický marketing chápaný ako pozitívnejší v zmysle, aby zákazník (volič) vytvoril spoluprácu s predávajúcim (politická strana, volebný líder) na základe trvalého a interaktívneho vzťahu. **Owen a Humphrey** (2009) tvrdia, že táto moderná forma komunikácie prostredníctvom internetu umožnila používať tzv. virálny marketing, ktorý sa zameriava predovšetkým na verejnosť čerpajúcu z informácií dostupných na sociálnych sieťach. **Epstein a Yuthas** vo svojej publikácii *Evaluating the Effectiveness of Internet Marketing Initiatives* tiež zdôrazňujú interakciu týchto vzťahov. (Epstein-Yuthas, 2007) Pri pohľade na internetový marketing predstavili niektoré z najbežnejších aktivít, ktoré sa podieľajú na vytváraní efektívnej komunikačnej stratégie pre túto metódu. Takéto činnosti zahŕňajú:

- prípravu webovej stránky organizácie;
- umiestňovanie viditeľnej reklamy na webovú stránku;
- odosielanie e-mailových správ klientom;
- úsilie, aby organizácia bola na vrchole výsledkov vyhľadávača.

Marketing politických strán sa zásadne nelíši od obchodného marketingu. Marketing v prezentácii politiky a lídrov zdôrazňuje osobné aspekty a problémy, ktoré voliči môžu spájať s voľbou strany. Dobré nastavenie komunikačnej stratégie je preto nevyhnutné na získanie dobrého volebného výsledku ako aj budovanie vlastného imidžu a v neposlednom rade na získanie skutočnej spätnej väzby od spoločnosti. (Lilleker, 2006) Na prelome storočí v komunikačnom procese došlo k radikálnemu prelomu a paradigmatickému posunu v používaní internetových kampaní. Medzi rokmi 1999 a 2007 došlo k zásadnému zvýšeniu kampaní tohto typu, keď sa spotrebiteľ – občan – volič stal aktívnym účastníkom volebných procesov. Digitalizácia a modernizácia technológií priniesla komunikáciu zdola nahor, ktorá často priniesla väčšie príležitosti politickým tvorcom ako vyjadriť svoje vízie smerom k spoločnosti. (Zuniga a kol., 2010) Je tiež potrebné poznamenať, že pri používaní tohto druhu komunikácie je zrejmé, že aj menšinové alebo extrémisticky orientované politické strany, ktoré predtým nemali zmysluplnú úlohu a vplyv v politike, teraz zastupujú svojich voličov v parlamente a tešia sa stabilnej volebnej podpore. Miesto a úloha médií sú čoraz nevyhnutnejšie. **Howard** vysvetlil používanie sociálnych sietí počas Arabskej jari nasledovne: Twitter mobilizuje komunitu, Facebook ju udržiava a rozvíja a Youtube ponúka videá, ktoré môžu slúžiť ako veľmi jednoduchá forma žurnalistiky. (Howard a kol., 2011) V dôsledku toho mali občania príležitosť zapojiť sa do politických aktivít prostredníctvom neformálneho základu.

Čoraz viac sa sociálne médiá stávajú neoddeliteľnou súčasťou marketingových nástrojov v politike. Ich špecifickou úlohou je lepšie a relatívne jednoduchým spôsobom komunikovať so spoločnosťou v kontexte záujmov politickej strany.

Sociálne médiá sa používajú v politickom kontexte nasledujúcimi spôsobmi:

- *Vytváranie vzťahov* - politické strany, ktoré neudržiavajú aktívny vzťah svojich štruktúr a voličov, zaznamenali menšiu efektívnosť v politických kampaniach a riadení kolektívnych záujmov. (Dale-Strauss, 2009) Sociálne médiá umožňujú vytvoriť takéto vzťahy a poskytnúť príležitosť vybudovať dôveryhodné vzťahy, čím sa zvýši empatia straníckych sympatizantov voči strane ako takej. Zároveň má politická strana

možnosť riešiť problémy s aspoň čiastočnou spätnou väzbou od potenciálnych voličov.

- *Organizovanie a komunikácia kampane* - medzi najdôležitejšie faktory, ktoré súvisia s efektívnym využívaním sociálnych sietí a webových stránok, sú zlepšenia komunikačných schopností strany. Budovanie komunit v sociálnych sieťach sa stalo pravidlom pre takmer všetky moderné politické strany. Využitie týchto typov médií môže byť impulzom aj prostriedkom pre relatívne úspešnú organizáciu *offline* akcií. (Harfousch, 2009)
- *Politická angažovanosť* - odkazuje na úroveň, na ktorej sa osoba alebo daná volebná zložka mobilizuje popri politickom procese strany. (Dahlgren, 2009) V literatúre je sociálny kapitál opísaný ako zväzok ľudí v rámci organizácie alebo inštitúcie založený na spoločnej identite alebo účele. Preto možno tvrdiť, že súčet sociálneho kapitálu, ktorý má politická štruktúra, strana alebo konkrétny kandidát medzi občanmi, určuje vzájomný spoločenský vzťah medzi voličmi.
- *Politický crowdsourcing* - možno definovať ako akt, prostredníctvom ktorého sa strana snaží dosiahnuť cieľ vo verejnej sfére prostredníctvom komunitného úsilia. (Garrigos-Simon a kol., 2012) Umožňuje účasť verejnosti a jej príspevok k riešeniu problémov. Crowdsourcing preto umožňuje ľuďom s rôznymi zručnosťami, talentami alebo informáciami pridať a posilniť hodnoty politickej strany pri riešení problémov vo verejnom sektore a prezentovaní toho, čo môžu bezodplatne ponúknuť. (Greenland, 2011)

Existujú tri faktory ovplyvňujúce použitie sociálnych médií v politickej agende. Jedným z veľmi dôležitých zistení v úlohe sociálnych médií je úloha tejto platformy, ktorá sama osebe môže zaručiť úspech. Sociálne médiá môžu zohrávať dôležitú úlohu buď ako komunikačný nástroj v politike, ale aj ako nástroj, ktorý realizuje marketingový koncept a strategickú podmienku politickej strany, ktorá dokáže predpovedať úspech alebo neúspech v nasledujúcich voľbách. (Harfousch, 2009)

Nasledujúce faktory by sa preto mali monitorovať pri používaní sociálnych médií v oblasti politiky:

- *Internetový prienik a sociálne médiá* - úspech sociálnych médií ako komunikačného nástroja je založený na používaní ostatných internetových médií v cieľovej populácii.

- *Kultúrne správanie a orientácia* - štúdie ukazujú, že medzi využívaním sociálnych médií existuje pozitívna skúsenosť s využitím kultúrnej orientácie a správania občanov. Preto môžu médiá ovplyvňovať kultúrne správanie a orientáciu. Sila tohto typu komunikačného nástroja spočíva v tom, že môže ovplyvniť názory a hodnoty na rozšírenie kultúrnej orientácie občanov. (Salen-Mourtada, 2012)
- *Demografia* - interpersonálna povaha sociálnych médií spôsobuje, že je dôležité porozumieť cieľovému trhu, najmä v politickej komunikácii. Z tohto dôvodu sú veľmi dôležité aj demografické faktory cieľovej skupiny ako je vek, pohlavie alebo bydlisko.

## 2 Komunikačné aktivity a tematická orientácia vybraných pravicových politických strán v Českej republike

### 2.1 Dělnická strana sociální spravedlnosti (DSSS)

V sledovanom období 19.8.2017 až 19.10.2017 na svojom webovom sídle strana publikovala 8 článkov v celkovej dĺžke 4062 slov, čo zodpovedá približne 500 slovám na jeden článok. Je však nutné podotknúť, že priemerná dĺžka slov narástla, nakoľko súčasťou jedného z článkov bolo znenie žaloby voči premiérovi **Bohuslavovi Sobotkovi** v dĺžke 627 slov. Tento príspevok skreslil výsledný priemer a môžeme tvrdiť, že priemerná dĺžka na príspevok sa pohybuje na úrovni 425 slov. Ide teda o pomerne krátke články, ktorých rozsah je pravdepodobne prispôsobený segmentu, na ktorý DSSS cieľi. Početnosť výskytu slov a ich slovných koreňov je možné znázorniť nasledovne po odpočítaní predložiek, spojok, častíc, citoslovieč a zámen.

Tabuľka č. 1: Výskyt slov a ich koreňov v publikovaných článkoch DSSS na webovom sídle (19. 8. 2017 – 19. 10. 2017)

Koreň	Počet	Koreň	Počet	Koreň	Počet	Koreň	Počet	Koreň	Počet
DSSS	28	podez	14	rod	10	proti	8	mus	7
lid	18	paraz	13	spole	10	volte	7	lidsk	7
rodn	17	trestn	12	evropu	9	velk	7	zem	6
zam	16	strany	11	soci	8	pracuj	7	Socialist	6

Frekvencia výskytu slov dobre odráža komunikované témy na webových stránkach. Keďže tém je pomerne málo, nie je nutné ich kvantifikovať. Tri dni



pred voľbami (17. 10. 2017) predseda strany **Tomáš Vandas** vyzval svojich voličov, aby volili srdcom, nie podľa agentúrnych čísel. V článku naznačuje, že médiá sú ovplyvnené, rozmaznávajú si svojich favoritov a ironicky naznačuje, že médiá predsa hovoria pravdu. **Vandas** vyzýva, nech ľudia volia srdcom, bez kalkulovaní. To je trochu paradoxné, pretože ľuďom naznačuje, že nemajú voliť parlamentné strany, aby neboli zo svojej voľby rozčarovaní. (DSSS, 2017a) Obdobnú rétoriku volil aj v inom príspevku, zverejnenom presne dva mesiace pred voľbami. DSSS tu nazval ako jedinú skutočne opozičnú a národnú stranu, ktorá stojí proti plazivej totalite, obmedzovaniu ľudskej slobody, prílivu nariadenia a zákazov. (DSSS, 2017i)

Pomerne veľký priestor získala žaloba na predsedu vlády **Bohuslava Sobotku** a ministra priemyslu vlády ČR, **Jiří Havlíčka**. Tu kandidát DSSS za Národné zjednotenie **Ladislav Malý** píše, že **Bohuslav Sobotka** a jeho minister predali austrálskej firme, ktorá má dobývať objavené lítium v ČR (údajne v hodnote 3 biliónov korún). (DSSS, 2017b) V článku je následne uvedený celý text trestného oznámenia. Z neho je zrejme, že žalovaní podpísali so spomínanou firmou European Metals Holdings Ltd. *"Memorandum o porozumení, ktoré sa týka spolupráce v oblasti ťažby a spracovania lítia v Českej republike."* Na prvý pohľad je zrejme, že sa jedná z hľadiska prevodu práv o nezáväznú memorandu a teda zo strany pána **Malého** ide o manipuláciu voličov. Text memoranda tiež hovorí o možnej kapitálovej účasti Českého štátu v rámci European Metal Holdings Limited Cínovec. (MPO, 2017) Nehovoriac o tom, že medzi dôkazmi žalujúci uvádza odkazy na proruské a dezinformačné weby ako je „aeronet“ alebo „pravý priestor.“

Ani téma utečeneckej krízy nebola opomenutá. Napr. z článku z 5. októbra je svojráznym spôsobom prezentovaný seriózny akademický výskum doc. **L. Kesnera** a prof. **J. Horáčka**, ktorý údajne podľa **Ladislava Malého** odhaľuje, *„že vedecká štúdie nám dala za pravdu, totiž, že ti pričmoudlí imigranti jsou pouze vychytralí vyžirkové, jdoucí do Evropy za její kolonizací; a jednak, že pražská kavárna skvěle živená americkými sionisty národu bez přestání lže a lež – v tomto případě – je lehce rozpoznatelná.* (DSSS, 2017c) Jedná sa však o hrubú dezinterpretáciu a zneužitie výsledkov, viď vyjadrenie autorov (NUDS 2017). Pán **Malý** následne rozvíja konšpiračnú teóriu: *„Zatím ale pražští sionisté mající v rukou hlavní média, zejména televizní vysílání, o této vědecké studii zarytě mlčí. A jak známo – o čem se mlčí v televizi, jakoby nebylo! Sionistické sofisma o lži, která se svým neustálým omiláním postupně v očích lidí stává pravdou, je třeba doplnit o sionisty úmyslně zamlčované pravdě, čímž*

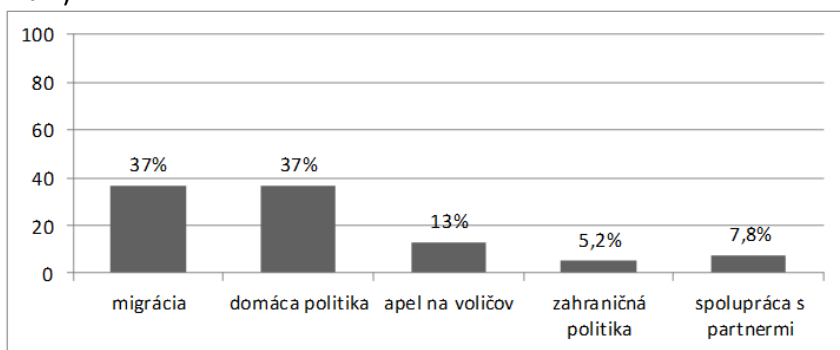
získavajú väčší priestor pro zbytnění své lži.“ (DSSS 2017c) Inými slovami, článok jednak utvrdzuje existujúcich priaznivcov a snaží sa poukázať na to, že proti-imigrantský postoj je normálny a správny, kým médiá pravdu taja a zástancovia utečencov klamú. Článok priblížil myšlienky europoslanca z NDP **Udo Voigta** a jeho sťažnosti proti bojkotu NPD zo strany štátnych úradov, polície a médií. Okrem **Voigta** príspevok zmieňuje aj vystúpenie **Nicka Griffina** z Aliancie pre mier a slobodu (APF), ktorý varoval pred multikultúrnou skazou a zmarom. (DSSS, 2017d) Cieľ príspevku je prostý: ukázať DSSS ako stranu, ktorá vo svojom boji nie je osamotená a má svojich spojencov aj na európskej úrovni.

Migrácii je venovaný aj iný príspevok **Lukáša Brandtnera**, kde vyzýva pre postavenie pracovných táborov pre imigrantov: „*kde by si jednak odpracovali svoj pobyt v Evrope, než budú muset nastoupit povinnou deportaci do svých rodných zemí po uklidnění situace v nich, a kde by se také nedostali do styku s běžným obyvatelstvem, které by nebylo vystaveno riziku, že další oběť si imigrantská zvěř najde právě mezi ním.*“ (DSSS 2017g) Príspevok okrem iného prezentuje, že jedine DSSS je dostatočne radikálna a nekompromisná, aby dokázala vyhnáť parazity z Európy. (DSSS 2017g) Migranti ako parazity sú spomenutí aj v príspevku **Ladislava Malého** v podobenstve o krásnom buxuse, ktorý bol zožratý parazitmi. Nebyť globalizácie, píše, jeho krásny buxus by žil, pretože paraziti by sa nedostali do ČR. Obdobné je to s migrantmi „*a den co den stále kulturní Evropu napadají noví a noví černí negramotní paraziti, kteří ještě včera bosky v africké buši lovili antilopy, a vedle nich a s nimi snědí Arabové s temně černýma, krví podlitýma očima, jejichž mozek je naprogramován k vraždám bílých lidí – ti všichni napadají naši krásnou Evropu! Asi tak jako sežrali můj buxus, chtějí parazité sežrat Evropu!*“ (DSSS, 2017h) Ide o ďalší z emocionálnych prejavov, ktorých cieľom je mobilizovať priaznivcov DSSS vo voľbách. To má za cieľ aj príspevok z 18. 10. 2017, v ktorom sa na poslednú chvíľu snaží za DSSS prihovoriť **Marian Kotleba**, ktorý vyzval všetkých „*statočných a slušných občanov,*“ aby volili DSSS vo voľbách.

Pomerne pravidelný priestor DSSS venuje vo svojich príspevkoch medzinárodnej spolupráci a nie inak tomu bolo aj v období dva mesiace pred voľbami. Tentoraz web DSSS informoval o vyslaní dvoch členov na stretnutie v centrále Národno-demokratickej strany Nemecka (NDP) v Berlíne. Jeden z príspevkov bol venovaný kritike EÚ. **Lukáš Bouma**, líder kandidátky DSSS pre voľby do Poslaneckej snemovne prirovnal EÚ k potápajúcej sa lodi, ktorá je z dvoch tretín potopená. Vyzval občanov, aby sa nenechali zastrašovať a vydierať

nezmyslami a implicitne vyzval pre opustenie EÚ. Ak by sme zostali, skončila by sloboda a demokracia, až loď klesne na dno. (DSSS, 2017e) Pomerne rozsiahly text bol venovaný tzv. pracujúcej chudobe. Ide o predvolebný apel výkonného podpredsedu DSSS **Jiřího Štěpánka**, ktorý opísal zlé podmienky pracujúcich, brojil proti odtoku dividend z ČR a predstavil opatrenia DSSS v tejto oblasti. Príspevok tak bol z veľkej časti zameraný na prezentáciu programu strany, vrátane opatrení, ktoré sú už v praxi zavedené, napr. Garancia práv pracujúcich podľa Zákonníka práce, zo strany zamestnávateľov a hrozba sankcií zamestnávateľmi v prípade porušovania. (DSSS, 2017f)

**Graf č. 1: Komunikované témy DSSS na webovom sídle strany (17. 8. 2017 - 17. 10. 2017)**



Dělnická strana neprijala pre voľby 2017 nový programový dokument, ale využila dokument z roku 2015. Okrem tohto komplexného programu však na svojich stránkach prezentuje aj čiastkové programy pre určité skupiny obyvateľstva (pre poľnohospodárov, dôchodková reforma, branná koncepcia, cirkevné reštitúcie a pod.). Komplexný program z roku 2015 je pomerne dobre prehľadný a vrátane preambuly číta 2560 slov. Program je zameraný v drvivej väčšine na vnútropolitické témy. Zahranickej politike je venovaných len 215 slov (8,4%), kde strana volá po vystúpení z EÚ, štruktúr NATO a obmedzenia rozvojovej pomoci chudobným krajinám. (DSSS, 2015) Malý priestor je tiež venovaný problematike migrácie, čo je možné vysvetliť tým, že program vznikol v čase, keď migračná kríza v Európe ešte naplno neprepukla. Migrácii, konkrétne bodu vyhostenia ilegálnych prisťahovalcov, je venovaných 71 slov (2,7 %). Tento stav tak kontrastuje s komunikáciou na webových stránkach, kde migrácia predstavovala dominantnú tému.

Na sociálnej sieti Facebook má DSSS celkom 11 647 sledujúcich (14. 2. 2018) a je možné predpokladať, že rovnaký počet ich mala aj v období volieb 2017.<sup>2</sup> V sledovanom období strana na svojom hlavnom facebookovom profile zverejnila celkom 125 príspevkov. Oproti internetovým stránkam je strana na Facebooku veľmi aktívna. V sledovanom období príspevky získali dovedna 11 831 lajkov, čo vychádza 90 lajkov na jeden post. Príspevky boli v sledovanom období zdieľané 2 575 krát, čo vychádza v priemere 28 zdieľaní na jeden príspevok.

V sledovanom období sa najobľúbenejším (463 lajkov) a najkontroverznejším príspevkom (117 zdieľaní) stal plagát s heslom "Preč z EÚ. Obnovíme suverenitu ČR." Ešte väčšieho zdieľania (184) dosiahol odkaz na video, v ktorom hovorí líder strany **Tomáš Vandas** v Českej televízii. Ide o príspevok uverejnený 12. 10. 2017 s názvom „**Vandas: nejsem neonacista. V ČR chceme jít Kotlebovou cestou.**“ Veľkého počtu zdieľaní (114) dosiahol tiež príspevok, v ktorom **Tomáš Vandas** hovorí: „*To, co se děje je invaze. Západní Evropa už je ztracena, musíme zabránit přílivu Muslimů.*“ Tento príspevok mal tiež vyšší počet lajkov (368), medzi najúspešnejšie príspevky v tomto ohľade však patril rozhovor prostredníctvom spravodajského serveru iRozhlas, kde **Vandas** hovorí: „*Pokud vyhazujete peníze na pomoc migrantům, tak Vám chybí na seniory.*“ Tento príspevok získal celkom 425 lajkov.

Dělnická strana komunikuje predovšetkým tému migrácie, terorizmu a ohrozenia suverenity zo strany EÚ. Facebookový profil je pravidelne dopĺňaný profilmi kandidátov. Najväčší úspech a dopad majú príspevky, v ktorých vystupuje vodca strany **Tomáš Vandas** a spravidla sa jedná o príspevky audiovizuálneho charakteru. Naopak, nízky záujem je o príspevky z predvolebnej kampane, ktoré začali plniť stránku zhruba mesiac pred voľbami, kedy boli členovia DSSS v teréne. Facebook DSSS je premostený na stránky regionálnych organizácií. Väčšiu tendenciu k zdieľaniu majú udalosti. Z diskusií si nemožno nevšimnúť, že mnoho priaznivcov DSSS obdivuje kapelu Ortel, ktorá sa preslávila svojimi krajne pravicovými piesňami zdôrazňujúcimi národnú identitu a odpor voči migrantom a islamu.

## 2.2 Strana přímé demokracie (SPD)

Na svojich stránkach zverejnila SPD svoj politický program, ktorý je tvorený 10 bodmi. Ihneď potom nasleduje volebný program, ktorý je tvorený ôsmimi

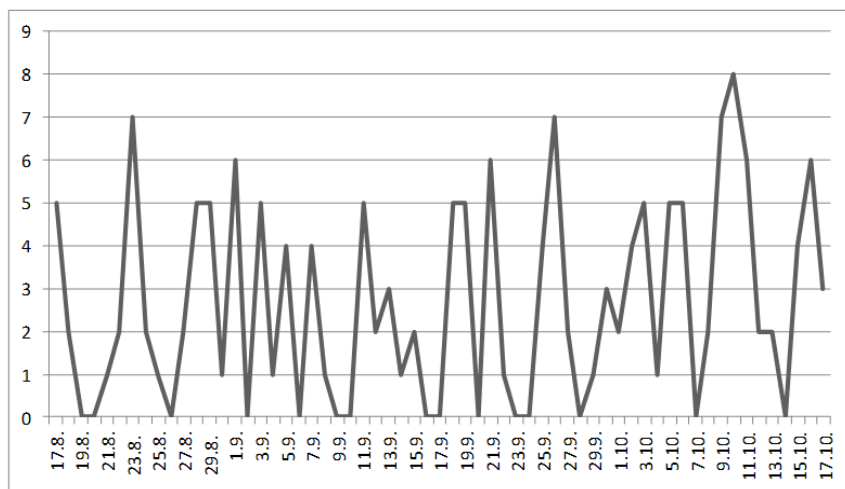
---

<sup>2</sup> Facebookový profil strany je možné nájsť na odkaze: <https://www.facebook.com/dsss.cz/>

tézami: Demokraciu a slobodu - Už nikdy o nás bez nás; Nie islamu, nie teroristom. Viac je bezpečnosť našich občanov; Koniec diktátu EÚ. Odídeme po anglicky; Spravodlivosť pre každého; Peniaze pracujúcim rodinám a dôchodcom. Nie imigrantom, nie parazitom; Vyššie platy - paušálne a jednoduché dane. Koniec rozkrádaniu krajiny. Naše prírodné bohatstvo späť do rúk štátu a Vzdelanie a zdravie občanov na prvom mieste.

Volebný program SPD má celkom 2200 slov. Z toho je 319 slov (14,5 %) venovaných otázkam zahraničnej politiky (vystúpenie z EÚ a NATO, kritika účasti na zahraničných misiách bez mandátu OSN, plány na vstup do EFTA a podobne). Napriek silným vyhláseniam, migrácii je v programe venovaných 110 slov (5 %). Oproti DSSS tak SPD venuje otázkam zahraničnej politiky a migrácii v programe takmer dvojnásobný priestor. Navyše, program SPD obsahuje 16 obrázkov, ktoré ho robia vizuálne zaujímavejším. V sledovanom období 17. 8. 2017 až 17. 10. 2017 na svojich stránkach publikovala 163 aktualít. Publikovanie aktualít je pomerne rovnomerne rozložené v čase, priemerom publikovania 2,67 príspevkov denne. Napriek tomu ich počet kolíše a to v závislosti od dátumu v rámci kalendárneho týždňa. Najväčšie výpadky možno sledovať cez víkendy.

**Schéma č. 1: Počet príspevkov strany SPD na webovom sídle strany (17. 9. 2017-10. 2017)**

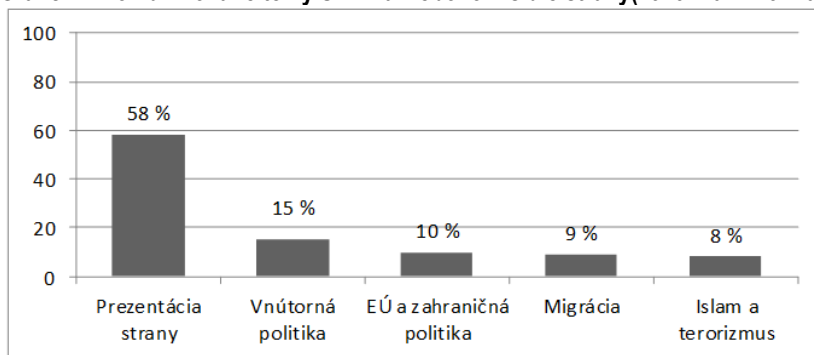


Pokiaľ ide o obsah jednotlivých príspevkov, môžeme vysledovať niekoľko kategórií. Najdominantnejšiu kategóriu (cca 55%) všetkých príspevkov tvorí prezentácia strany, resp. jej predsedu **Tomia Okamuru**. Tieto príspevky informujú, v ktorých mestách sa politik stretol s občanmi, informujú o rozhovoroch pre médiá alebo prezentujú stanoviská strany. Niektoré príspevky sú zamerané na kontaktnú kampaň. Môžeme sa tak napr. dozvedieť, že **Tomio Okamura** navštívil vinobranie, zraz amerických áut alebo najstarší strom v ČR, čo dodáva apel na záujem politika o občanov a jeho blízkosť obyčajným ľuďom. Z nadpolovičného pomeru príspevkov je zrejmé, že strana dbá o svoj imidž a to najmä propagáciou troch princípov: priama demokracia, odpor voči EÚ, migrantom a islamu.

Druhá najväčšia kategória by išla označiť ako vnútorná politika, ktorá v príspevkoch SPD zaberá približne 14% príspevkov. SPD komentuje kroky iných politických strán a osobností. Môžeme tak nájsť kritiku **Miroslava Kalouska** alebo **Karla Schwarzenberga**, ale aj kritiku iných politických probruselských a promigračných strán. Strana sa tu vyjadrila k mnohým témam, a to v kontexte téz, ktoré propaguje: napr. „*Peniaze slušným, nie parazitom*“ ako hlavné tézy sociálnej politiky. Strana sa negatívne vyjadrila tiež k reštitúciám, exekúciám, kauze lítiom a podobne. Podobne ako pri prvej kategórii príspevkov tu nájdeme aj príspevky poukazujúce na to, ako ostatné strany alebo médiá krivdia SPD a vedú neférový súboj. Len zhruba tretina príspevkov sa venuje zahraničnej politike, kde úplne dominuje kritika EÚ (cca 9%), problematike migrácie (cca 8,5%) alebo islamu a terorizmu (cca 8%). Pri týchto témach je však problém častého prelínania sa. SPD vo svojich príspevkoch informuje o znásilnení migrantov v Nemecku alebo Taliansku, hroziacich teroristických útokoch, o vojne civilizácií, resp. poskytuje informácie o tom, že protivzdušná ochrana ruských základní v Sýrii zničila 12 cieľov vysokej technologickej úrovne, ktorá rozhodne presahuje možnosti islamistov. (SPD, 2017b)

Príspevky na stránkach SPD tvoria pestrý mix propagácie strany a pravidelnej komunikácie citlivých a emotívnych tém (islam, migrácia, terorizmus, porušenie suverenity a pod.) Ich cieľom je udržiavať prostredie strachu a neustále mobilizovať voličov. V sledovanom období majú príspevky traja hlavní aktéri. **Tomio Okamura**, ktorý je prezentovaný ako aktívny politik, ktorý poskytuje rozhovory, navštevuje akcie a obchádza mestá v ČR. **Tomio Okamurovi** je venovaný najväčší priestor a sám je uvedený pri cca 58% príspevkov.

Graf č. 2: Komunikované témy SPD na webovom sídle strany(19. 9. 2017-19. 10. 2017)



V porovnaní s DSSS je SPD vo svojej činnosti oveľa aktívnejšia a v sledovanom období len prostredníctvom svojich internetových stránok komunikovala približne dvadsaťkrát intenzívnejšie ako DSSS. Táto komunikácia bola zameraná predovšetkým na vytvorenie pozitívneho imidžu strany, ktorá bráni ČR pred migráciou, terorizmom, islamom a zlou politikou EÚ s cieľom mobilizovať svojich voličov a udržiavať ich priazeň. Táto komunikácia je však veľmi jednostranná. Akékoľvek negatívne informácie spojené s vládou, EÚ alebo migráciou sú často zveličené. V komunikácii strany úplne absentuje prezentovanie pozitív, ktoré predchádzajúca vláda dosiahla, popri prípade výhod, ktoré ČR plynú z členstva v EÚ. Pozitívne informácie sú prezentované len v súvislosti s SPD (prípadne s jej predsedom) a so zavedením princípov priamej demokracie, prípadne iných kľúčových tém SPD. Komunikácia SPD je v sledovanom období jednostranná a manipulatívna. Ide o prvok spoločný s DSSS.

Na svojej facebookovej stránke SPD v sledovanom období zverejnila 154 príspevkov, čo vychádza v priemere na 2,48 príspevku na deň.<sup>3</sup> V priemere tak bola asi o pätinu aktívnejšia než DSSS, ktorá mala v rovnakom období v priemere dva príspevky denne. Štruktúra sa však zásadným spôsobom líši, pretože drvivú väčšinu príspevkov SPD predstavujú videá (133 príspevkov zo 154, teda cca 86%). Zvyšok predstavujú obrázky, prípadne komentáre politickej situácie. Zásadný rozdiel môžeme pozorovať v počte sledujúcich. Oproti DSSS je facebooková stránka SPD zhruba 25 krát sledovanejšia s počtom 255 236

<sup>3</sup> Autori týmto ďakujú pomocnej vedeckej sile, študentke Právnickej fakulty UP v Olomouci Eliške Huvarovej, za pomoc pri príprave datasetu ku komunikácii SPD.

sledujúcich.<sup>4</sup> Zdieľané príspevky v sledovanom období získali cca 215 000 lajkov a boli celkom 107 000 krát zdieľané, čo vychádza v priemere 1400 lajkov na príspevok, ktorý je v priemere zdieľaný približne 700 krát. SPD teda v priemere na jeden príspevok získava 15,5 krát viac lajkov než DSSS (priemer 90 na príspevok) a 25 krát viac zdieľaní než je u príspevkov DSSS. Ak tieto čísla relativizujeme počtom sledujúcich v pomere k svojim facebookovým podporovateľom (ktorých má SPD zhruba 25 krát viac) tak zistíme, že SPD zaostáva v lajkovaní príspevkov svojimi priaznivcami, zatiaľ čo počet zdieľaní plne koreluje s počtom podporovateľov. Inými slovami, priaznivci SPD menej lajkujú Facebook strany. To sa prejavuje aj vo vzťahu medzi lajkami a zdieľaním. **Pearsonov** korelačný koeficient týchto dvoch premenných je v prípade SPD 0,6, avšak u DSSS je 0,78. Čím je väčší počet lajkov, tým je väčšie zdieľanie príspevkov. To môže byť spôsobené tým, že medzi sledujúcimi stránky SPD je veľký segment kritikov SPD, ktorí pasívne sledujú dianie SPD na Facebooku. Je známe, že facebooková stránka SPD tvrdo cenzuruje príspevky svojich odporcov, čím zásadným spôsobom obmedzuje slobodu prejavu a šírenie pravdivých informácií. Vylúčením odporcov SPD z diskusie tak facebooková stránka prispieva k tomu, že sa tu návštevníci navzájom utvrdzujú v témach a postojoch komunikovanou stranou bez možnosti diskusie s oponentmi a prístupu k iným pohľadom na problematiku. Tvrdá cenzúra na stránkach SPD tak pripomína snahu niektorých totalitných režimov regulovať verejnú diskusiu a tok informácií.<sup>5</sup>

Najviac zdieľaní a najväčší dosah malo video s textom: „*UNIKÁTNÍ VIDEO – podívejte se na neuvěřitelnou aroganci premiéra **Sobotky**, který zcela ignoruje lidi, kteří se mu snaží na veřejnosti položit dotazy.*“ Video zdieľalo 5436 užívateľov, čo je zhruba 30 krát viac, než najčastejšie zdieľané video uverejnené stranou DSSS. Druhého najvyššieho počtu zdieľaní dosiahol príspevok s fotografiou informujúci o tom, že predseda Pirátskej strany **Ivan Bartoš** chce legalizovať heroín (4306 zdieľaní), ktorý zároveň získal vyše 8200 lajkov. Na **Okamurovom** profile je uvedené: „*Předseda Pirátů, **Ivan Bartoš**, chce legalizovat heroin! Tak to je už opravdu síla! Takže, nejenom že otevřeně podporuje migraci a islám (a nosí proto mikinu „jsem sluníčkář“), ale ještě navíc*

---

<sup>4</sup> Facebookový profil strany je možné nájsť na odkaze: <https://www.facebook.com/tomio.cz/>

<sup>5</sup> Časť užívateľov Facebooku na túto cenzúru zo strany SPD reagovala založením recesistickej stránky s názvom Tomio Okamura mi dal ban. V súčasnosti (22. 2. 2018) má stránka 23700 sledujúcich. Väčšina užívateľov tu uvádza, kvôli akému argumentu bol ich príspevok vymazaný a prečo boli vylúčení z diskusie.



podporuje tvrdé drogy. Chcete takovou stranu v Parlamentu, aby vaše děti měly přístup k tvrdým drogám? Pro nás v SPD je to absolutně nepřijatelné!“ Jedná sa o slová vytrhnuté z kontextu, pretože **Bartoš** nikdy k legalizácii heroínu nevyzýval. Poukázal na prípady, kedy je závislosť od alkoholu spoločensky nebezpečnejšia ako heroín, čo glosoval slovami: „ať se bud' zakáže alkohol, nebo povolí heroin.“ (Palička 2017)

Medzi päť najčastejšie zdieľaných príspevkov patria tiež videá s názvom Lítium - škandál storočia (3103 zhliadnutí) a Imigrácia ohrozuje Európu, ktoré možno považovať za jeden z predvolebných spotov SPD (2782 zdieľaní). Možno teda povedať, že SPD sa snažila komunikovať rovnaké témy ako menej úspešná DSSS a tieto témy vyvolali záujem medzi priaznivcami oboch strán. Medzi obľúbené príspevky patrí komentár z 16. 10. 2017 k rakúskym voľbám, v ktorých údajne voliči vyjadrili predovšetkým svoj nesúhlas s tragickou migračnou politikou EÚ (5200 lajkov) a komentár s fotkou, kde **Pavol Chrastina**, publicista a člen skupiny Olympic podporil SPD (4800 lajkov). SPD ako volebne úspešnejšia strana tak využíva materiál, ktorý má dobrý potenciál na zdieľanie (videá) a ťaží z poburujúcich tém. Komunikácia strany sa nebráni cenzurovaniu svojich odporcov a obdobne ako DSSS prostredníctvom svojich príspevkov udržuje ornamentnú mobilizáciu svojich priaznivcov odkazovať na emotívne témy (migrácia, terorizmus, ohrozenie suverenity ČR) a nešetří kritikou vlády a politického systému ako takého.

### 3 Komunikačné aktivity a tematická orientácia vybraných pravicových politických strán na Slovensku

#### 3.1 Kotleba - Ľudová strana Naše Slovensko

Na webovej stránke zverejňuje politická strana svoju základnú charakteristiku v časti *O nás*, ktorá vyjadruje postavenie na troch základných princípoch: národnom, kresťanskom a sociálnom. (Kotleba – ĽSNS, 2017a) Uvedená charakteristika vykazuje znaky politického programu. Nasledujúca časť *Program* predstavuje volebný dokument, s ktorými sa strana prezentovala pred voľbami do NRSR v roku 2016. Volebný program tvorí desať základných téz: Zastavíme ďalšie rozkrádanie štátu!; Spravíme poriadok s parazitmi v osadách!; Zavedieme spravodlivý sociálnych systém!; Nedovolíme imigrantom obsadiť Slovensko!; Zdravie postavíme nad biznis!; Obnovíme sebestačnosť Slovenska!; Budeme podporovať tradičné hodnoty!; Vybudujeme skutočnú

slovenskú armádu!; Slovensko postavíme nad diktát Bruselu!; Ochránime naše životné prostredie! (Kotleba – ĽSNS, 2017b).

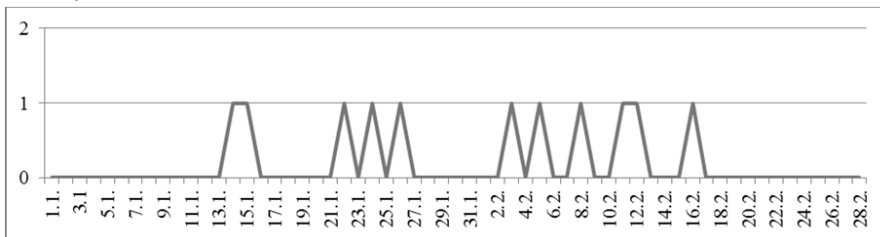
Volebný program ĽSNS obsahuje celkovo 1890 slov. Text je doplnený o 6 obrázkov, ktoré na celkových 4 stranách dotvárajú vizuálnu pútavosť. Pohľad na čiastkové témy hovoria o nasledovnej početnosti slov, ktoré sú im venované: zahraničná politika – 334 slov (17,67%) (vystúpenie z EÚ, vystúpenie z NATO, blok vojenskej neutrality, stiahnutie vojakov zo zahraničných misií), migrácia – 247 slov (14,49%) a vnútorná politika – 1303 slov (68,94%). Z uvedeného vyplýva zameranie programu predovšetkým na dianie v domácom prostredí, ktoré sa dotýka tém ekonomiky štátu, sociálneho systému, životného prostredia, zdravotníctva alebo podpory tradičných hodnôt.

**Tabuľka č. 2: Výskyt slov a ich koreňov vo volebnom programe ĽSNS 2016**

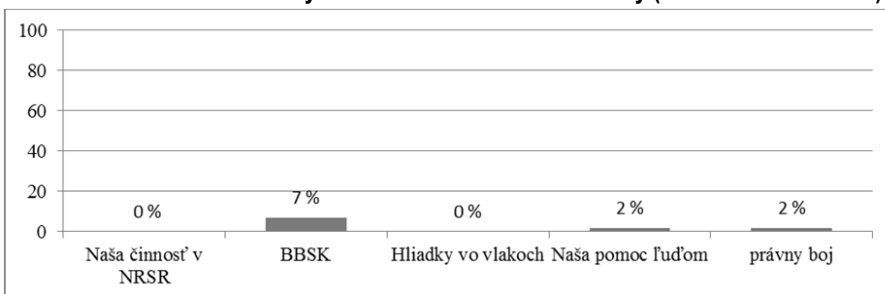
Koreň	Počet	Koreň	Počet	Koreň	Počet	Koreň	Počet	Koreň	Počet
Slovensko	24	strana	9	zahrani	8	imigrant	6	zadarmo	5
slovensk	12	zdravotn	9	europskej	8	slovenska	6	starostlivos	5
obnovíme	10	Kotleba	9	slovenskej	7	nato	6	slovensku	5
cigan	10	dnes	9	nedovol	7	zavedieme	6	ochran	5

ĽSNS v sledovanom období 1. 1. 2016 – 1. 3. 2016 zverejnila 11 článkov rozčlenených do podsekcí: naša činnosť v NR SR (0 článkov, prvý článok aj podľa názvu sekcie sa objavuje po skončení volieb do NR SR s dátumom 12. marca 2016); BBSK (7 článkov); Hliadky vo vlakoch (0 článkov, prvý článok bol publikovaný po skončení volieb do NR SR s dátumom 11. apríla 2016); Naša pomoc ľuďom v núdzi (0 článkov); Reportáže z akcií (2 články); Právny boj (2 články). Početnosť príspevkov nevykazuje vysokú intenzitu. Nezvýšila sa ani v období tesne pred voľbami. Počas dvoch mesiacov len dvakrát ĽSNS zverejnila článok v dvoch po sebe idúcich dňoch.

Schéma č. 2: Počet príspevkov strany ĽSNS na webovom sídle strany (1. 1. 2016 - 1. 3. 2016)



Graf č. 3: Komunikované témy ĽSNS na webovom sídle strany (1. 1. 2016 - 1. 3. 2016)



Články tematicky možno rozdeliť do dvoch oblastí: prezentácia strany a domáca politika. Prezentácii strany ĽSNS venovala 4 články v celkovom rozsahu 439 slov, pričom priemer na jeden článok predstavoval 109 slov. Zároveň jeden prípad článku obsahoval videoprílohu so záznamom rozhovoru. Domáca politika tvorí jadro publikovaných článkov na webovej adrese ĽSNS. Celkovo 7 článkov obsahovalo 1844 slov s priemerom 263 slov na článok. Najrozsiahlejšie ĽSNS informovala o výsledku transparentnosti jednotlivých krajov, ktorému venovala 506 slov. Článok s najmenším rozsahom 32 slov slúži k prezentácii využívaniu eurofondov v kraji, zároveň však disponuje takmer 6-minútovým videorozhovorom.

Výskyt kľúčových slov sa v publikovaných článkoch pohybuje okolo troch primárnych subjektov: predsedu politickej strany ĽSNS **Mariana Kotlebu**, Slovenskej republiky a Banskobystrického samosprávneho kraja. Pri pohľade na 10 kľúčových téz predstavených vo volebnom programe sa v sledovanom období výraznejšie presadzuje len domáca politika. Zámer strany prostredníctvom webovej stránky predstavuje predovšetkým pozitívna prezentácia z aktivít a volebných mítingov. Proklamované ťažiskové témy

vystúpenia z NATO, iniciovanie referenda o vystúpení z EÚ alebo imigrácia v sledovanom období nedostali v článkoch žiadny priestor. Oporu hľadá ĽSNS predovšetkým v téme a prostredí Banskobystrického samosprávneho kraja. Výrazne sa v textoch článkov presadzuje osoba **Mariana Kotlebu** ako predsedu ĽSNS a predsedu Banskobystrického samosprávneho kraja.

**Tabuľka č. 3: Výskyt slov a ich koreňov v publikovaných článkoch na webovom sídle ĽSNS (1. 1. 2016 – 1. 3. 2016)**

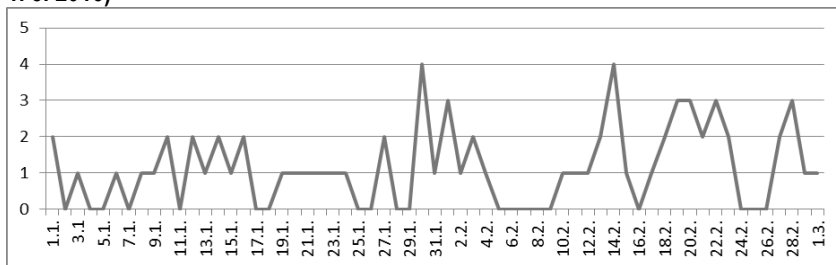
Koreň	Počet	Koreň	Počet	Koreň	Počet	Koreň	Počet	Koreň	Počet
bbsk	19	kraj	11	samospr	9	minister	8	extr	7
slovensko	18	kotleba	11	zamestnancov	8	marian	8	proti	6
banskobystrick	15	krajsk	10	slovensku	8	cig	8	predsedu	6
strany	11	kotlebu	10	pracovn	8	kraja	7	mariana	6

Na pozitívnu prezentáciu strany ĽSNS použila výsledky zahraničnej mimovládnej organizácie Transparency International. Ako sama strana v článku priznáva „*je známe, že náš vzťah s týmto typom zahraničných mimovládnych organizácií nie je práve pozitívny a rovnako ako my nesúhlasíme s ich pôsobením na Slovensku, oni nesúhlasia s nami.*“ (Kotleba – ĽSNS, 2016a) Pozitívny výsledok v prospech ĽSNS oproti ostatným samosprávnym krajom v hodnotení transparentnosti pri obsadzovaní voľných pracovných pozícií, podnietil stranu k zverejneniu výsledkov organizácie, ktoré sama výrazne kritizuje. „*V hodnoteniach týchto platených mimovládok sme terčom maximálnej novej kritiky a vždy nazrú pod každý strom, aby našli niečo, čo nám môžu vytknúť. Napriek tomu nás organizácia Transparency International už druhýkrát po sebe označila za najtransparentnejší kraj na Slovensku!*“ (Kotleba – ĽSNS, 2016a) Pozitívna prezentácia strany v predvolebnom období a informovanie o aktivitách v Banskobystrickom samosprávnom kraji v podobne kladnom duchu sú dominantnými formami článkov na webovej stránke ĽSNS. Prepojenie k volebnému programu do NR SR v roku 2016 sa dostáva v podobe tézy „*cigánskeho extrémizmu*“, resp. „*cigánskemu teroru*“. Informovanie o proteste proti zločinu, pri ktorom bol usmrtený 55 ročný občan v obci Zborov, sa niesol predovšetkým v duchu kritiky vlády a rezortu Ministerstva vnútra. Zakončenie článku opätovne pozitívne prezentuje stranu ĽSNS, kde sa uvádza: „*Na proteste sa zúčastnilo viac než 400 obyvateľov Zborova a okolitých dedín, ktorí s radosťou vítali členov a sympatizantov ĽS Naše Slovensko. Ocenili najmä to,*

že sa ako jediná politická strana na Slovensku zaoberáme ich problémami a cigánskymi extrémistami.“ (Kotleba - ĽSNS, 2016b)

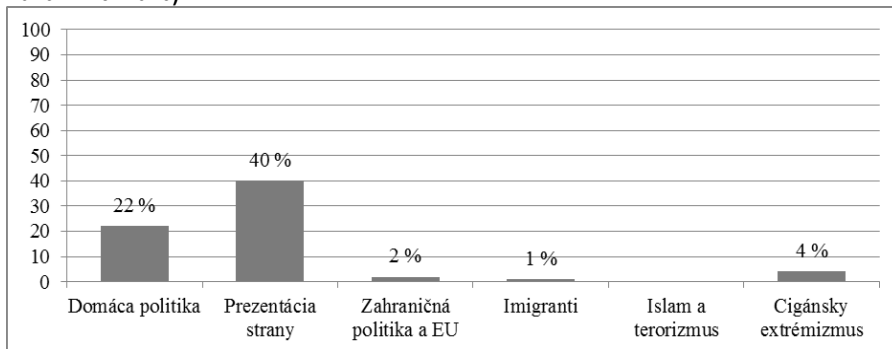
Komunikácia prostredníctvom sociálnych sietí ĽSNS sa po zrušení hlavného facebookového profilu strany presunula na facebookové profily krajských organizácií. Okrem sociálnej siete Facebook, strana používa profil na sociálnej sieti VKontakt a videokomentáre na sieti Youtube. Príspevky na sociálnej sieti VKontakt nereflektujú nami sledované obdobie 1. 1. 2016 – 1. 3. 2016, rovnako Youtube nepredstavuje náš primárny záujem. Z uvedených dôvodov sa zaujímate o publikovanie príspevkov na sociálnej sieti Facebook krajskými organizáciami. Ako v prípade webovej stránky ĽSNS analyzujeme hlavný publikovaný text príspevkov. V prípade zdieľaného odkazu príspevku ho započítavame do počtu publikovaných ako aj vymedzíme tematickú oblasť. Do počtu slov zohľadníme len hlavný text.

**Schéma č. 3: Počet príspevkov na facebookovom profile ĽSNS - BA kraj (1. 1. 2016 - 1. 3. 2016)**



Spolu zverejnených 69 príspevkov na facebookovom profile ĽSNS bratislavského kraja počas 61 dní znamená 1,13 príspevku denne. Všetky články spolu získali 3541 lajkov, pričom priemerne získal príspevok 51 lajkov. Počet zdieľaní má približne o tretinu menšiu hodnotu s údajom 1176. Na príspevok v priemere 17,04 zdieľania. Príspevok s najvyšším počtom lajkov a najvyšším počtom zdieľaní predstavuje zverejnený výsledok predvolebného prieskumu portálu Aktuality.sk. ĽSNS na facebookovom profile vo veľkej väčšine prípadov (51) len prezdieľava príspevky z iných portálov, stránok alebo profilov bez ďalšieho sprievodného textu alebo komentára. 18 príspevkov publikovala s textom administrátora facebookovej stránky. Pearsonov korelačný koeficient s hodnotou 0,646 vypočítaný pre test vzťahu medzi počtom Lajk a Zdieľaniami (štatisticky významná závislosť Significance F –  $1,53 \times 10^{-9} < 0,05$ ) preukazuje stredne silnú asociáciu medzi premennými.

**Graf č. 4: Komunikované témy ĽSNS na facebookovom profile ĽSNS - BA kraj (1. 1. 2016 - 1. 3. 2016)**



Príspevky na facebookovom profile opätovne delíme do spoločných oblastí podľa obsahu. Oproti webovej stránke ĽSNS identifikujeme popri domácej politike a prezentácii strany príspevky, ktoré sa venujú zahraničnej politike a EÚ, Imigrantom a Islamu a terorizmu. Príspevky nemajú nosného autora myšlienok z prostredia strany, ako sme uviedli vyššie, pochádzajú z iných zdrojov, ktoré sú len prezdievané.

### 3.2 Slovenská národná strana

Ideový základ politickej strany SNS vyjadruje dokument Košické tézy, ktorý sa opiera o 11 hlavných oblastí. Časť obsahu Košických téz sú zhodné so základným programom strany. (Slovenská národná strana, 2018a) Sektorové riešenia sa dotýkajú rozličných tém fungovania štátu. Témy prezentujú štát v zmysle národa, celistvosti, zvrchovanosti, efektívnosti a určuje politiky sociálnu, zdravotnícku, ekonomickú, vzdelanostnú, právu, bezpečnostnú, kultúrnu a zahranično-politickú. (Slovenská národná strana, 2018b) Volebný program pred voľbami do NRSR v roku 2016 podrobne charakterizuje materiál *Volebný program pre silný štát 2016 - 2020* s hlavnými titulmi: *Hrdo, Odborne, Slušne*. Pri rozsahu 49 strán ponúka spolu 6377 slov pričom text dopĺňa 17 obrázkových príloh, z ktorých 12 pokrýva celú stranu bez sprievodného alebo iného textu. Volebný program sa s Košickými tézami a programom strany odlišuje počtom zloženia riešených tém, zároveň disponujú proporčne nasledovným rozsahom slov: národný štát – 326 slov, celistvosť štátu – 280 slov, zvrchovanosť štátu – 287 slov, sociálny štát – 421 slov, zdravý štát – 412 slov, vzdelaný štát – 639 slov, efektívny štát – 1193 slov, ekologický štát – 346

slov, právny štát – 399 slov, bezpečný štát – 349 slov, kultúrny štát – 610 slov a zahraničná politika – 476 slov. Volebný program v priemere venuje jednej časti 478 slov, pričom slovami najrozsiahlejšia časť pre efektívny štát disponuje o takmer polovicu väčším priestorom v porovnaní so zvyškom programu. Prezentované témy rozčleňujeme na tri základné okruhy tém: fungovanie štátu, domáce sektorové politiky a zahraničná politika.

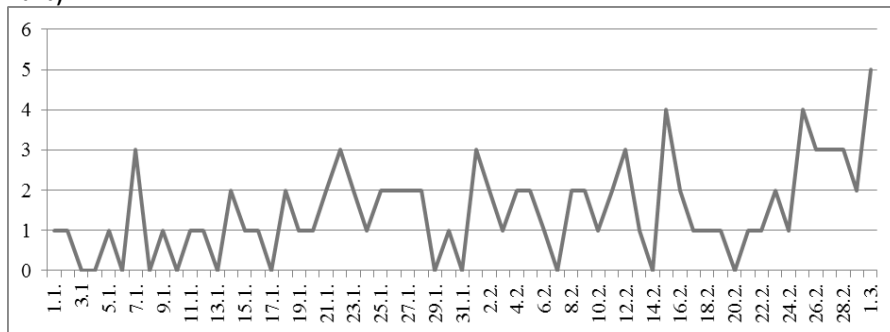
**Tabuľka č. 4: Výskyt slov a ich koreňov vo volebnom programe SNS 2016**

Koreň	Počet	Koreň	Počet	Koreň	Počet	Koreň	Počet	Koreň	Počet
slovensk	110	kult	46	prijmeme	24	vytvor	19	zavedieme	17
republika	69	zabezpe	45	socia	23	zdrav	18	zahrani	17
program	64	slovenskej	27	siln	22	slovenska	18	republiky	15
volebn	52	spolo	25	podpor	20	zdravotn	17	efekt	15

Výskyt kľúčových slov volebného programu SNS na roky 2016 - 2020 odкрýva najfrekvencovanejšie a najviac zvýrazňované priority. V prvom rade sa z pohľadu politickej strany SNS jednoznačne profiluje slovenská národnostná identita. Koreň slova kombinujúci Slovensko alebo republiku jednoznačne prevažuje nad ďalšími charakteristickými znakmi. Nasledujú slová, ktoré odkazujú na budúcu činnosť a aktivity SNS v zmysle zabezpečenia, prijatia, vytvorenia alebo zavedenia opatrení v sektorových politikách – najvýraznejšie predovšetkým v kultúrnej, sociálnej a zdravotnej. Charakteristiku strany podľa početnosti výskytu slov dokončujú prívlastky aký má byť podľa SNS štát - zdravý, silný a efektívny.

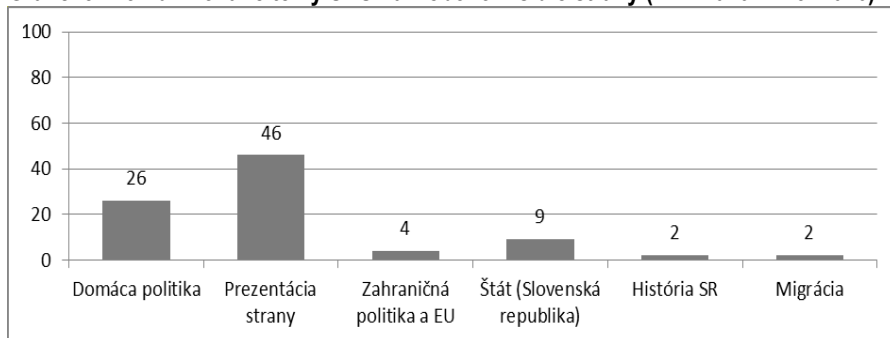
Webová stránka SNS publikuje aktuality podľa siedmich hlavných kategórií, z ktorých šesť (historický kalendár, regióny, aktuality, názory, pozývame Vás a pôdohospodárstva) má textovú podobu a posledná siedma prináša informácie prostredníctvom videí. Historický kalendár informuje o udalostiach viažucich sa k danému dňu, avšak nespĺňajú charakter článku, predstavujú len stručné vyjadrenie o udalosti.

Schéma č. 4: Počet príspevkov strany SNS na webovom sídle strany (1. 1. 2016 - 1. 3. 2016)



Frekvencia publikovaných príspevkov v predvolebnom období sa zintenzívňuje smerom k termínu konaniu volieb. SNS v aktivite publikovaných príspevkov výrazne prevyšuje **Kotlebovu** ĽSNS. Za 61 dní vydalo celkovo 90 článkov, v priemere 1,47 článku denne. Webová stránka predstavuje pre SNS dôležitý komunikačný nástroj, ktorý dokonca prevyšuje ĽSNS z pohľadu facebookového profilu a webovej stránky v súčte. Bez publikovaného článku na webe SNS zaznamenávame 11 dní. V 90 článkoch sa nachádza 23 701 slov, v priemere 263 slov na jeden článok. Priemer počtu slov na jeden článok je v porovnaní s ĽSNS vzácné vyrovnaný. Slovné najrozsiahljší článok (769 slov) spracoval a publikoval predstaviteľ SNS **Jaroslav Paška** približne dva týždne pred konaním volieb. Svojdôľa, vydieranie, demarše a **Merkelová** je názov článku, ktorý sa kriticky venuje postojom EÚ a imigrácii. (SNS, 2016)

Graf č. 5: Komunikované témy SNS na webovom sídle strany (1. 1. 2016 - 1. 3. 2016)





Články SNS na webe sú koncentrované v troch témach: regióny, aktuálny názor. 90 článkov rozdeľujeme podľa oblastí do piatich kategórií: domáca politika, prezentácia strany, zahraničná politika, štát (Slovenská republika) a história SR. Zhoda s ĽSNS nastáva v témach domáca politika, zahraničná politika a prezentácia strany. SNS ďalej prispieva k téme Slovenskej republiky ako štátu v historickom aj súčasnom kontexte. Jednotlivé sektory disponujú aj svojimi pravidelnými prispievateľmi. Predseda SNS **Andrej Danko** sa primárne venuje otázkam domácej politiky (12 článkov), **Anton Hrnko** rieši predovšetkým otázku štátu a slovenského národa (4 články), **Jaroslav Paška** analyzuje zahranično-politické otázky viažuce sa k Európskej únii a **Eva Smolíková** špecificky prispieva k vzdelávacej politike a školstvu. V prípade ĽSNS, kde dominuje predovšetkým osoba **Mariana Kotlebu**, sa SNS odlišuje najmä sektorovým záujmom jednotlivých predstaviteľov ako odborníkov na danú oblasť. Zhoda ĽSNS a SNS nastáva v prípade prezentácie politickej strany, ktorá v dominantnej miere prevažuje nad ostatnými oblasťami. SNS špecificky vníma aj tému Slovenska a slovenského národa, ktorá tvorí samostatnú oblasť prispievania ku domácej politike. Oproti tomu ĽSNS komunikovala častejšie postoje k imigrantom, EÚ, islamu a terorizmu.

Hlavný facebookový profil SNS v sledovanom období publikoval celkovo 42 príspevkov. V porovnaní s webovou stránkou SNS predstavuje menej využívanú formu komunikácie. Naopak ĽSNS stavia svoju komunikáciu predovšetkým na používaní sociálnych sietí. Podľa kľúčových slov analyzovaných článkov silne rezonuje predovšetkým volebný program SNS. Zdôrazňujú sa najmä aspekty Slovenska, štátu a strany SNS. Ako osobnosť sa prezentuje predovšetkým predseda strany **Andrej Danko**. V menšej miere sa vyskytujú sektorové politiky, kedy sa do popredia dostávajú zdravotná a sociálna starostlivosť.

Periodicita pridávania príspevkov disponuje priemernou hodnotou 0,68 na deň a výrazne zaostáva za ĽSNS. Celkový počet slov vo všetkých príspevkoch je 1476 s priemerným počtom slov na jeden článok 35. Príspevky SNS v 41 prípadoch obsahujú text s fotografiou, oproti tomu len 1 príspevok má videoprílohu. Celkový počet označení príspevkov na facebookovej stránke SNS ako *Páči sa mi to* dosiahol 7340 lajkov. Priemerne každý príspevok získal 174 lajkov. Publikované príspevky používateľa šírili ďalej 1601-krát, jeden článok priemerne zdieľalo 38 fanúšikov. Počty označení príspevkov ako *Páči sa mi to* alebo ich zdieľanie má v porovnaní s aktivitou na facebookovej stránke ĽSNS vyššiu aktivitu v oboch ukazovateľoch. Pearsonov korelačný koeficient medzi Lajk a Zdieľaním v sledovanom období dosahuje hodnotu 0,566 (štatisticky

významná závislosť Significance  $F = 9,24 \times 10^{-5} < 0,05$ ). Podľa korelačnej analýzy rovnako ako v prípade ĽSNS existuje pozitívna závislosť medzi lajkovaním príspevkov a zdieľaním v stredne silnej asociácii.

Intenzita publikovania príspevkov sa zosilňuje smerom k dátumu konania volieb. Najvyššiu frekvenciu publikovania dosiahla v poslednom sledovanom týždni v rozmedzí 24. 2. – 1. 3. 2016 a v tomto prípade sa zhoduje s ĽSNS. Okruhy publikovaných príspevkov delíme do troch hlavných segmentov: domáca politika, prezentácia strany a volebný program. Podobne ako ĽSNS sa SNS venuje v troch článkoch domácej politike (spolu 168 slov), kde publikuje stanovisko k vlakovej doprave v kategórii IC vlakov alebo reflektuje na problémy v školstve. Významný podiel získava prezentácia strany v 15 príspevkoch (spolu 238 slov), pričom podobným spôsobom funguje komunikácia ĽSNS. Najvýraznejšie SNS používa facebookový profil na prezentáciu jednotlivých častí volebného programu, ktorý v sledovanom období získal priestor až 24-krát (spolu 1070 slov).

Príspevok s najvyšším počtom lajkov dosiahol 711 označení *Páči sa mi to*. Nedotýka sa však žiadnej sektorovej témy domácej politiky alebo volebného programu. Týka sa informovania používateľov o dosiahnutí hranice 27000 označení *Páči sa mi to* na facebookovú stránku SNS. Najvyšší počet zdieľaní na príspevku, konkrétne 230 zdieľaní, získal oficiálny videospot SNS pre voľby do NR SR 2016. V päťke príspevkov s najvyššou aktivitou používateľov sa trikrát umiestnila informácia o zvýšení počtu užívateľov na facebookovej stránke SNS. V rozmedzí dvoch mesiacoch navýšila počet o viac ako 2000 sledovateľov. Komunikované témy resp. obsah jednotlivých príspevkov SNS sa od ĽSNS odlišuje predovšetkým v používaní volebného programu. ĽSNS komunikovala predovšetkým informácie z iných webov, ku ktorým má ideovo blízko, naopak SNS primárne prezentovala vlastné tézy volebného programu.

## **Záver**

Tento príspevok sa zamerával na výskum komunikácie štyroch politických strán, ktoré sa angažujú v oblasti pravicovej politiky, resp. krajnej pravice. Hlavným cieľom bolo identifikovať komunikačné vzory strán a analyzovať ich komunikačné aktivity na vybraných platformách v období dvoch mesiacov pred parlamentnými voľbami. Pri každej skúmanej strane tak došlo k rozboru programových priorít a využitie komunikačných kanálov, predovšetkým pokiaľ ide o programové dokumenty, webové sídla strán a sociálnej siete Facebook.

Výsledná analýza odhalila niekoľko zaujímavých výsledkov. Najaktívnejšia zo štyroch skúmaných politických strán je v oblasti komunikácie česká Strana přímé demokracie. Je to strana, ktorá s priemerným počtom takmer dva a pol príspevkov denne na sociálnej sieti Facebook dokáže zabezpečiť patričnú pozornosť svojim príspevkom, ktoré sa pre svoju vizuálnu povahu stávajú virálnymi. Priemerný počet 1400 lajkov a 700 zdieľaní mnohonásobne prevyšuje vplyv komunikácie zvyšných strán, čo je však čiastočne spôsobené starostlivo udržiavanou a cenzurovanou komunitou na sociálnej sieti, ako aj populistickým programom strany, ktorý zbiera hlasy nespokojných voličov naprieč politickým spektrom a neobmedzuje sa len na priestor politickej pravice. Dělnická strana sociální spravedlnosti sa utvrdila v úlohe komunitnej strany krajnej pravice s veľmi obmedzeným ideovým rozpätím. Hoci strana na Facebooku prispieva v priemere dva príspevky denne, priemer 90 lajkov a 28 zdieľaní nie je oslňujúci, napriek tomu v priemere podporovatelia DSSS zdieľajú obsah častejšie ako u podporovateľov SPD. Z hľadiska komunikácie na webových stránkach sa však strana javí veľmi pasívne v porovnaní s desiatkami príspevkov týždenne u SPD.

Zaujímavým výsledkom výskumu je, že prakticky nevliteľná a neúspešná DSSS je vo svojej komunikácii aktívnejšia ako slovenská parlamentná ĽSNS, ktorá na Facebooku komunikuje v priemere takmer o polovicu menej príspevkov, má o tretinu menej lajkov a zdieľaní než je tomu u DSSS. Z obsahu komunikácie možno odvodiť, že ĽSNS komunikuje najmä aktivity s ťažiskom v Banskobystrickom kraji a medializáciu osoby svojho vodcu. Z hľadiska komunikovaných tém sú si DSSS a ĽSNS veľmi podobné a podobné sú tiež v pasívnej komunikácii na webových stránkach. Inými slovami, komunikačný potenciál ĽSNS významne zaostáva za faktickým významom strany.

Z hľadiska komunikačného potenciálu sa SNS javí ako strana, ktorá zanedbáva komunikáciu na sociálnych sieťach, publikuje zhruba jeden príspevok za dva dni, ktorý má o niečo väčší vplyv ako sú príspevky strany ĽSNS. Udržiavanie komunity na sociálnych sieťach pritom môže byť z hľadiska komunikácie kľúčové. Táto komunikácia jednak pomáha zvrátiť asymetriu nákladov kontaktnejších foriem kampane a tiež predstavuje potenciál pre šírenie myšlienok a programu strany. To dokazuje korelácia medzi počtom lajkov a zdieľaniami, ktorá sa u všetkých sledovaných subjektov prejavuje pomerne vysoko, v rozmedzí 0,56 u SNS, 0,6 u SPD, 0,64 u ĽSNS a 0,78 u DSSS.

Nemožno si tiež nevšimnúť, že výraznú, ak nie úplne dominantnú časť komunikácie predstavuje pozitívna prezentácia strany a prakticky permanentné

budovanie jej imidžu. To je príznačné najmä pre SPD, ktorá svojou komunikáciou regrutuje priaznivcov, utužuje ich presvedčenie cenzurovaným prostredím a takmer permanentne mobilizuje prostredníctvom emotívnych tém. Strana zároveň nezabúda prezentovať svoju príkladnosť, ako aj ľudskú a občanom priaznivú tvár svojho vodcu **Tomia Okamuru**. Strana nezanedbáva svoje webové stránky, ktoré s facebookovým profilom tvoria určitú synergiu. Táto synergia u ostatných skúmaných strán absentuje a preto ju môžeme označiť zo skúmaných subjektov ako stranu síce komunikačne najúspešnejšiu, ale zároveň najnebezpečnejšiu.

### Literatúra:

- BAZALUK, O. O. - SVYRYDENKO, D. B. 2017. Philosophy of War and Peace: In Search of New European Security Strategy. In *Anthropological Measurements of Philosophical Research*. č. 12/2017, ISSN 2227-7242, s. 89-99.
- BETZ, H.G. – IMMERSALL, S. 1998. *The New Politics of the Right. Neo-Populist Parties and Movements in Established Democracies*. New York: Palgrave MacMillan, 1998. 288 s. ISBN 978-0312213381.
- BUCEK, J. - PLESIVCAK, M. 2017. Self-Government, Development and Political Extremism at the Regional Level: A Case Study from the Banska Bystrica Region in Slovakia. In *Sociologia*, roč. 49, č. 6, ISSN 0049-1225, s. 599-635.
- DAHLGREN, P. 2009. *Media and political engagement: Citizens, communication and democracy*. New York: Cambridge University Press, 2009. 246 s. ISBN 978-0521527897
- DALE, A. - STRAUSS, A. 2009. Don't Forget to Vote: Text Message Reminders as a Mobilization Tool. In *American Journal of Political Sciences*, roč. 53, č. 4, 2009, ISSN 1540-5907, s. 787 – 804.
- Program DSSS. 2015. Dostupné na internete: <http://www.dsss.cz/o-nas/program>.
- DSSS. 2017a. Vandas: Volte srdcem, ne podle agenturních čísel. Dostupné na internete: [http://www.dsss.cz/vandas\\_-volte-srdcem\\_-ne-podle-agenturnich-cisel](http://www.dsss.cz/vandas_-volte-srdcem_-ne-podle-agenturnich-cisel).
- DSSS. 2017b. Žaloba na Sobotku. Dostupné na internete: <http://www.dsss.cz/zaloba-na-sobotku>.
- DSSS. 2017c. Extrémismus a extrémisté. Dostupné na internete: <http://www.dsss.cz/extremismus-a-extremiste>
- DSSS. 2017d. DSSS v Berlíne: Společně za Evropunárodů. Dostupné na internete: [http://www.dsss.cz/dsss-v-berline\\_-spolecne-za-evropu-narodu](http://www.dsss.cz/dsss-v-berline_-spolecne-za-evropu-narodu).

- DSSS. 2017e. Bouma (nár.soc): dřává loď zvaná EU. Dostupné na internete: [http://www.dsss.cz/bouma-\\_nar\\_soc\\_\\_\\_-derava-lod-zvana-eu](http://www.dsss.cz/bouma-_nar_soc___-derava-lod-zvana-eu).
- DSSS. 2017f. Štěpánek (DSSS): Skončujeme s pracující chudobou. Dostupné na internete: [http://www.dsss.cz/stepanek-\\_dsss\\_\\_\\_skoncujeme-s-pracujici-chudobou](http://www.dsss.cz/stepanek-_dsss___skoncujeme-s-pracujici-chudobou).
- DSSS. 2017g. Jedině DSSS zatočí s imigranty a ochrání naše obyvatelstvo. Dostupné na internete: <http://www.dsss.cz/jedine-dsss-zatoci-s-imigranty-a-ochrani-nase-obyvatelstvo>
- DSSS. 2017h. Podobenství o buxusu. Dostupné na internete: <http://www.dsss.cz/podobenstvi-o-buxusu>.
- DSSS. 2017i. Vandas: Nevolit není řešení. Dostupné na internete: [http://www.dsss.cz/vandas\\_-\\_nevolit-neni-reseni](http://www.dsss.cz/vandas_-_nevolit-neni-reseni)
- EPSTEIN, M. J. - YUTHAS, K. 2007. *Evaluating the Effectiveness of Internet Marketing Initiatives*. Published by The Society of Management Accountants of Canada, the American Institute of Certified Public Accountants and The Chartered Institute of Management Accountants, 2007. 40 s. ISBN 1-55302-196-7.
- GARRIGOS-SIMON, F. J. - ALCAMI, R. L. RIBERA, T. B. 2012. Social networks and web 3.0: their impact on the management and marketing of organizations. In *Management decision*, roč. 50, 2012, č. 10, ISSN 0025-1747, s. 1880 – 1890.
- GREENLAND, S. 2011. Following the crowd. In *Communications of the ACM*, roč. 54, 2011, č. 2, ISSN 0001-0782, s. 20 – 22.
- HARFOUSCH, R. 2009. *Yes, we did. An inside look at how social media built the Obama brand*. Berkeley: New Riders, 2009, 216 s. ISBN 978-0321631534.
- HOWARD, P. N. a kol. 2011. *Opening closed regime: What was the role of social media during the Arab Spring?Project on Information Technology and Political Islam Data Memo 2011.1*.Seattle: University of Washington, 2011. Dostupné na internete: [https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/117568/2011\\_Howard-Duffy-Freelon-Hussain-Mari-Mazaid\\_PITPI.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/117568/2011_Howard-Duffy-Freelon-Hussain-Mari-Mazaid_PITPI.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Kotleba – ĽSNS. 2016a. Bankobystrický samosprávny kraj bol vyhodnotený ako najtransparentnejší na Slovensku. Dostupné na internete: <http://www.naseslovensko.net/nasa-praca/banskobystricky-samospravny-kraj-bol-vyhodnoteny-ako-najtransparentnejsi-na-slovensku/>.

- Kotleba – ĽSNS. 2016b. Protest proti cigánskemu teroru v Zborove. Dostupné na internete: <http://www.naseslovensko.net/nasa-praca/protest-proti-ciganskemu-teroru-v-zborove/>.
- Kotleba - ĽSNS. 2017a. O nás. Dostupné na internete: <http://www.naseslovensko.net/o-nas/>.
- Kotleba - ĽSNS. 2017b. Program – 10 bodov za naše Slovensko. Dostupné na internete: <http://www.naseslovensko.net/wp-content/uploads/2015/01/Volebný-program-2016.pdf>.
- LIDÁK, J. 2014. Rok 1998 – medzník vo vývoji stránického systému Slovenskej republiky. In *Politics in Central Europe*. roč. 10, č. 2/2014, ISSN 1801-3422, s. 65-77.
- LILLEKER, G. D. 2006. *Key Concepts in Political Communication*. London: Sage Publications, 2006. 224 s. ISBN 978-1412918312.
- MUDDE, C. 2007. *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press, 2007. 385 s. ISBN 978-0511492037.
- MPO. 2017. Memorandum o porozumení medzi Ministerstvom obchodu českej republiky a European Metals Holding Limited v oblasti ťžby a spracovania lithia v Českej republike. Dostupné na internete: [https://www.mpo.cz/assets/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/2017/10/overeny-preklad\\_MEMORANDUM.pdf](https://www.mpo.cz/assets/cz/rozcestnik/pro-media/tiskove-zpravy/2017/10/overeny-preklad_MEMORANDUM.pdf).
- NUDS. 2017. Tisková zpráva Národného ústavu duševného zdraví (NUDZ) ze dne 29. 10. 2017. Vědci z NUDS s pobavením sledují, jak výsledky jejich výzkumu o mediální manipulaci jsou médií manipulovány. Dostupné na internete: <http://www.nudz.cz/files/pdf/tz-ke-studii-o-xenofobii.pdf>.
- OWEN, R. - HUMPHREY, P. 2009. The structure of online marketing communication channels. In *Journal of Management and Marketing Research*, roč. 2, 2009, č. 4, ISSN 1941-3408, s. 54 - 62.
- PALIČKA, J. 2017. Okamura útočí na Piráty kvůli legalizaci drog, přitom ji sám ve své knize prosazuje. Dostupné na internete: <http://g.cz/okamura-utoci-na-piraty-kvuli-legalizaci-drog-pritom-ji-sam-ve-sve-knize-prosazuje/>.
- PAŠKA, J. 2016. Svojevôľa, vydieranie, demarše a Merkelová. Dostupné na internete: <http://www.sns.sk/jaroslav-paska-svojevola-vydieranie-demarse-a-merkelova/>.
- SALEN, F. - MOURTADA, R. 2012. Social media in Arab world: Influencing societal and cultural change. In *Dubai School of Government*. Arab social media report, roč. 2, 2012, č. 1, s. 1 – 28.

- Slovenská národná strana*. 2018a. Košické tézy. Dostupné na internete: <http://www.sns.sk/dokumenty/kosicke-tezy/>.
- Slovenská národná strana*. 2018b. Program strany. Dostupné na internete: <http://www.sns.sk/dokumenty/program-strany/>.
- Slovenská národná strana*. 2018c. Volebný program. Dostupné na internete: [http://sns.sk/wp-content/uploads/2017/04/volebny\\_program\\_2016.pdf](http://sns.sk/wp-content/uploads/2017/04/volebny_program_2016.pdf).
- SPD*. 2017. Radim Fiala: Zajímavá informace unikla ze syrského bojiště. Informace, kterou nám ČT rozhodně nesdělí. Dostupné na internete: <http://www.spd.cz/novinky/radim-fiala-zajimava-informace-unikla-ze-syrskeho-bojiste-informace-ktou-nam-ct-rozhodne-nesdeli-2>.
- SPD*. 2017. Volební program. Dostupné na internete: <http://www.spd.cz/program>.
- SPD*. 2018. Aktuality. Dostupné na internete: <http://www.spd.cz/novinky>.
- STOJAROVÁ, V. 2018. Populist, Radical and Extremist Political Parties in Visegrad countries vis à vis the migration crisis. In the name of the people and the nation in Central Europe. In *Open Political Science*, roč. 1, č. 1, ISSN 2543-8042, s. 32 - 45.
- ZUNIGA, G.H. - VEENSTRA, A. - VRAGA, E. - SHAH, D. 2010. Digital Democracy: Reimagining Pathways to Political Participation. In *Journal of Information Technology & Politics*, roč. 7, 2010, č.1, ISSN: 1933-1681, s. 36 - 51.