

Univerzita Karlova

Přírodovědecká fakulta

Studijní program: Demografie

Studijní obor: Demografie se sociální geografii



Dominika Weyrová

**PROJEVY BANÁLNÍHO NACIONALISMU V PROSTŘEDÍ
„SOCIÁLNÍ BUBLINY“**

SYMPTOMS OF BANAL NATIONALISM IN THE „ECHO
CHAMBERS“

Bakalářská práce

Praha 2020

Vedoucí bakalářské práce: RNDr. Libor Jelen, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem závěrečnou práci zpracoval/a samostatně a že jsem uvedl/a všechny použité informační zdroje a literaturu. Tato práce ani její podstatná část nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V Praze dne 16. 7. 2020

.....

Dominika Weyrová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda moc poděkovala RNDr. Liboru Jelenovi, Ph.D. za jeho čas a ochotu při zpracování této práce. Děkuji za jeho cenné rady a připomínky při psaní práce a vytváření dotazníku. Dále bych chtěla poděkovat rodině a přátelům, kteří mě celou dobu podporovali a pozitivně motivovali.

Projevy banálního nacionalismu v prostředí „sociální bubliny“

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá vybranými projevy banálního nacionalismu v Česku v rámci konkrétní sociální bubliny. Jejím cílem je zjistit, zda mají jedinci v rámci jedné sociální bubliny tendenci ztotožňovat se spíše se znaky občansky pojatého národa (zastávat spíše tzv. občanský nacionalismus), nebo se znaky etnického národa, které jsou spíše spojené s historií a našimi kořeny (zastávat spíše nacionalismus etnický). Práce je postavena na výzkumu, který proběhl metodou dotazníkového šetření, cílený na osoby nacházející se v konkrétní sociální bublině v rámci sociálních sítí autorky. Tento výzkum odkryl tendenci ztotožňovat se spíše s národem občanským, což bylo jednou z výzkumných otázek práce. Na české prostředí se vztahuje velmi málo výzkumů o této tématice a toto téma je ve světě stále velmi aktuální.

Klíčová slova: Banální nacionalismus, nacionalismus, národ, Česko, etnický nacionalismus, občanský nacionalismus, sociální bublina

Symptoms of banal nationalism in the „echo chamber“

Abstract

This bachelor thesis deals with selected manifestations of banal nationalism in the Czech Republic within a specific social bubble. Its aim is to find out whether individuals within one social bubble tend to identify more with the features of a civic nation (to hold the so-called civic nationalism), or with the features of an ethnic nation that are more related to history and our roots (rather to hold so-called ethnic nationalism). The work is based on research, which took place by the method of a questionnaire survey, aimed at people in a particular social bubble within the author's social networks. This research revealed a tendency of the respondents to identify more with the civic nation, which was one of the research questions of the work. The Czech environment is covered by very little research on this topic and this topic is still very relevant in the world.

Key words: Banal nationalism, nationalism, nation, Czechia, ethnic nationalism, civic nationalism, echo chamber

Obsah

Seznam tabulek	6
Seznam příloh	6
1 Úvod	7
2 Teoretické koncepty výzkumu.....	10
2.1 Koncept banálního nacionalismu	10
2.2 Národní identita.....	13
2.3 Pojetí české národní identity.....	15
2.3.1 Český národ a jeho symboly	17
2.3.2 Reprodukce národní identity v sociální bublině	20
3 Metodika	21
3.1 Dotazníkové šetření	21
3.2 Sumarizace a analýza	22
3.3 Limity výzkumu	22
4 Sumarizace výsledků dotazníkového šetření.....	24
5 Výsledky	28
5.1 Etnický vs. občanský nacionalismus.....	28
5.2 Vnímání v sociální bublině	29
6 Závěr	30
7 Literatura a zdroje dat.....	32
Literatura:.....	32
Zdroje dat:.....	35
8 Přílohy.....	36

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Prvky důležité pro formování české identity (v %)	16
Tabulka č. 2: Hrdost Čechů na specifické oblasti	17
Tabulka č. 3: Vlastnosti, které si Češi připisovali v letech 1990 a 1992 (v %).....	19
Tabulka č. 4: Kulturní symboly (průměr).....	25
Tabulka č. 5: Oficiální symboly (průměr)	25
Tabulka č. 6: Osobnosti (průměr)	25
Tabulka č. 7: Události (průměr).....	26
Tabulka č. 8: Předpoklady pro to, být Čechem/Češkou (průměr)	26
Tabulka č. 9: Symboly (průměr).....	26

Seznam příloh

Příloha 1: Dotazníkové otázky použity v dotazníkovém šetření	36
--	----

1 Úvod

Nacionalismus a národ byly v minulosti, tak dnes tématy, kterými se zabývalo mnoho vědců a akademiků v různých společenských disciplínách, a proto lze na tyto fenomény nahlížet z různých pohledů a typologií (např. Anderson 1991, Gellner 1993, Billig 1995, Smith 1998, Hroch 2000). V této práci je vymezení národa chápáno jako společenství jedinců, kteří se hlásí ke společné identitě a jsou ostatními akceptováni jako členové národa (Anderson 1991, Gellner 1993). Nacionalismus je pak vnímán jako instrument sloužící k politické mobilizaci jedinců, která v závislosti na interpretaci vede buď k „obrození starých národů“ (primordiální přístup) či „vytvoření nových společenství“ (instrumentální přístup) (Gellner 1993, Smith 1998). Z hlediska přijímání jedinců k určitému národu lze nacionalismus rozdělit na exkluzivní (příslušníci národa musí mít společný etnický původ a ostatní národnostní skupiny jsou odmítány jako konkurenční) a inkluzivní (národ je formován na území). Prvně jmenovaný, též etnický nacionalismus, vede k formování etnicky definovaného národa, jehož objektivní atributy jsou především jazyk a společná historicky daná kultura. Druhý typ nacionalismu má občanský charakter a národ se pak identifikuje s daným státem a jeho principy (tzv. státotvorný nacionalismus) (Hechter 2000). Celý koncept nacionalismu se může zdát poněkud abstraktní pro osoby, které žijí v kulturně i národně poměrně homogenním státě (např. Česko). V těchto státech se o příslušnosti k národu nemusí polemizovat. Jak to, že ale např. Češi, kteří již mají vlastní stát, který se shoduje s většinovou národní identitou, si stále uvědomují, že jsou Čechy, a ne příslušníky jiného národa? Česká národní identita nebyla nikdy pouze identitou kulturní, ale je to identita, která je silně svázána s konkrétním teritoriem, konkrétně s českou, moravskou a slezskou zemí (Hroch, 2005). Česká národní identita se v době národního obrození vytvářela na pozadí rozdílů mezi Čechy a Němci, což přetrvávalo až do konce druhé světové války a následné vystěhování německy hovořící populace (Vlachová, Řeháková 2004). Vnímáním (často „nedůležitých“) reprodukcí národní identity se učí národ něco sám o sobě. Národ tak začíná vnímat hloubku zakořeněných sociálních procesů, z pouhého geografického prostoru se stává místo, které má význam a v neposlední řadě vytváří vlast vlastní. Tyto reprodukce oddělují „nás“ a „je“, oddělují to „naše“ známé a „jejich“ neznámé (Billig 1995).

Každodenní reprodukcí národní identity se ve své práci zabýval Michael Billig (1995), britský akademik, který přišel s konceptem banálního nacionalismu. V již národnostně

definovaných státech je na nacionalismus pohlíženo jako na něco periferního, co je „tam venku“. Ale je to právě ona vlajka, která visí nad hokejovým hřištěm a spousta fanoušků nosících dres s českou vlajkou, které nám všedně připomínají to, že patříme k určitému národu. Je to právě ona vlajka, vyvěšena během státních svátků, která nám připomíná, že patříme ke stejnému národu. Přestože se mnohem častěji setkáme s českou národní vlajkou při příležitostech např. sportovních utkání než v době národních svátků, tak princip zůstává stejný, je nám připomínána naše národní identita skrze určitý znak. Nejen vlajka je reprodukcí národní identity, média, která hovoří o „nás“, „našich“ vztazích se zahraničím, tudíž tedy „my“, příslušníci českého národa.

Přestože existuje mnoho výzkumů a odborných prací na téma banálního nacionalismu, tak na české prostředí byl tento koncept vztažen naprosto minimálně. Výzkumy se zabývalo mnoho autorů v různých prostředích, ve Spojených státech, v Británii (Skotsko, Wales), ale i např. porovnání příkladů Bulharska a Anglie (Slavtcheva-Petkova 2014). Na českém území byla provedena analýza znaků banálního nacionalismu v 90. letech (Šaroch 2010) a později se tématu věnoval Štětka (2008), přesto ale stále zůstává mnoho aspektů problematiky neprobádáno. Tato práce se bude zabývat banálním nacionalismem v českém prostředí, a to v okruhu konkrétní tzv. sociální bubliny (přesněji skupiny lidí v okruhu tzv. facebookových přátel). **Cílem této práce bude zjistit, zda mají lidé tendenci se upínat k etnickým symbolům českého národa a budou tak inklinovat k etnickému nacionalismu, či se upínají spíše k obecně státním symbolům reprezentujícím občanský nacionalismus.** Tyto tendence budou reprezentovány právě banalitami, které ve svém díle představuje Billig (1995). První výzkumnou otázkou této práce je, zda lidé v okruhu konkrétní sociální bubliny budou zastávat stejné, či alespoň podobné postoje k projevům etnického či spíš občanského nacionalismu tzv. banalitami na českém území. Z toho pak vyplývá druhá výzkumná otázka, tj. zda se lidé v okruhu konkrétní sociální bubliny budou upínat spíše k občanským symbolům reprodukce českého národa, nebo k symbolům, které odkazují spíše k nacionalismu etnickému. Toto by mělo odhalit rozdíl, zda banality odkazují spíše na nacionalismus občanský, či etnický. Výzkum měl být původně porovnáním vnímání prvků banálního nacionalismu studenty středních škol, to bohužel v této době (opatření kvůli pandemii Covid-19) není možné provést. Namísto toho se práce bude soustředit na respondenty v okruhu konkrétní sociální sítě.

Billig (1995) ve své práci uvádí několik málo konkrétních případů, na kterých ukázal podstatu banálního nacionalismu. Zabýval se konkrétně vlajkou („vlající a salutovanou“), médií a projevy různých příslušníků daného národa. Právě ono vyvěšení vlajky na hokejovém zápase, spíše než její vyvěšení na státní svátek, může poukazovat na trend upínání se spíše k modernějším a aktuálnějším symbolům českého státu, než je právě historicky české národní dědictví, což je i jednou z výzkumných otázek této práce.

Výzkum bakalářské práce bude prováděn metodou dotazníkového šetření a následně kvantifikace výsledků (Hendl, 2005). V první části dotazníku se budou nacházet uzavřené otázky týkající se obecných charakteristik respondentů, druhá část se bude týkat prvků (symbolů) reprodukce národní identity tzv. banalitami a zda mají lidé větší tendenci se klonit k symbolům občanského nacionalismu nebo k symbolům poukazujícím k nacionalismu etnickému. V další části se bude dotazník skládat z již konkrétně určených symbolů, které se jeví jako typicky české. Data budou následně zanalyzována v programu SPSS IBM Statistics. Tomuto se konkrétněji věnuje třetí kapitola práce nazvaná metodika. Druhá kapitola práce se bude věnovat teoretickým konceptům, kterými se práce zabývá, tudíž ukotvením samotného konceptu banálního nacionalismu, jeho použití na české prostředí, přehled základní literatury a koncept sociální bubliny. Dále se kapitola věnuje konceptu národní identity, co to je, co je specifické konkrétně pro českou národní identitu a co znamená „být Čechem“. Čtvrtá část se bude věnovat sumarizaci výsledků výzkumu a jejich kvantifikaci. Pátou kapitolou budou samotné výsledky výzkumu a za nimi bude následovat závěr celé práce.

2 Teoretické koncepty výzkumu

2.1 Koncept banálního nacionalismu

Nacionalismus jako takový je velmi diskutovaným tématem pro mnohé vědce a akademiky. Pro nacionalismus jako takový je důležité vymezení pojmů „my“ a „oni“, protože každý, kdo mluví o svém národu s nacionalistickými tendencemi, jinými slovy říká, že připouští existenci národů jiných, tedy to „jiné“ (Triandafyllidou 1998). Dále pak jde o významnost určitého národa, jeho možná nadřazenost či podřadnost, politické či ekonomické nepokoje s tím spojené, jazykové problémy mezi národy a další jiná témata, která s nacionalismem dnes souvisí. Ernest Gellner (1993), vidí národ jako něco, co ke svému vzniku nezbytně potřebuje nejdříve nacionalismus, což je klasické instrumentální pojetí nacionalismu. Nacionalismus se zde stává instrumentem pro vytvoření národa či národnosti. Benedict Anderson (1991) vidí zas národ jako jakési pomyslné společenství. Tito dva autoři, spolu ještě např. s Ericem Hobsbawmem, jsou zastánci toho, že nacionalismus je výsledkem moderní společnosti, která je poháněna politickými a ekonomickými zájmy. Hechter (2000) vidí národ jako „relativně velkou skupinu geneticky nepřibuzných lidí s vysokou vzájemnou solidaritou“. Uvádí také, že není v čase konstantní, je nutno tuto vnitřní solidaritu udržovat, aby se udržel i silný národ. Národ nevzniká pouze v hrdinském čase, kdy je na určitý národ nejvíce vidět, národ vzniká tehdy, když se lidé začnou k národu hlásit a přijmou jeho existenci (Thiessová 2007). Naproti této teorii stojí druhé pojetí nacionalismu, a tím je pojetí primordiální. V tomto pojetí je nacionalismus jako něco vrozeného, přirozeného, co zde vždy bylo. Tento typ nacionalismu nám přiblížil např. Anthony Smith (1998). Na celou tuto problematiku nacionalismu se dá pohlížet zajisté jako na určitý diskurz, který je vytvářen a různě reprezentován. Banální nacionalismus se projevuje jak v přístupu primordiálním, který je založen na principu „společné krve“, skrze historické státní svátky (např. příchod Cyrila a Metoděje), tak v přístupu instrumentálním, kde je nacionalismus nástrojem k vytvoření národa (a následně státu?), skrze např. moderní státní svátky (vznik Československa).

Banální nacionalismus, jako samotný koncept, se objevil v roce 1995 a byl zkonstruován britským akademikem Michaellem Billigem. Jeho kniha s názvem „Banal nationalism“ se stala předmětem mnoha diskuzí a koncept je využíván dodnes, dá se mluvit i o významném vlivu na studium nacionalismu jako takového (Koch, Paasi 2016, Slavtcheva-Petkova 2014 a jiní). Tento koncept Billig popsal hlavně na příkladu Spojených států a Velké Británie, nemusí se ale týkat pouze těchto států, právě naopak.

Jak Billig ve své knize popisuje, tak v již fungujících státech se často opomíjí projevy nacionalismu, jinak řečeno reprodukce národní identity, které jsou jakýmsi nepodstatným každodenním jevem, kterému se nepřisuzuje velká váha. Jeho snahou je oddělit extrémní formy nacionalismu od těch každodenních. Toto Billig rozpracoval ve své teorii „hot“ a „banal“ nacionalismu. Zatímco „hot“ nacionalismus je ten, který je aktivní, je připomínán, vyzdvihován, a tudíž je aktivní. Touto formou by mohl být např. Katalánský nacionalismus, který se vyhrazuje proti setrvání pod Španělským královstvím ve formě, v jaké je dnes, dále je toto případ Kurdů (přestože u nich je situace složitá, jsou poměrně různorodí) nebo např. situace v dnešní autonomní oblasti Sin-ťiang, kterou obývají výrazní, proti Číně se vymezující, Ujguři. Naproti tomu se staví koncept právě nacionalismu, který Billig pojmenoval „banal“, který se jiným slovem dá pojmenovat např. jako každodenní. Banální nacionalismus je typický pro „Západ“ (neboli the „West“), kde už existují státy s plně zakořeněným systémem fungování, nacionalismus tedy není něco, co je „tam venku“, není to exotické a periferní, ale spíše právě „tady uvnitř“ (Billig 1995). Autor konceptu ukotvuje dva pojmy v čase, „hot“ nacionalismus dává do dob politické nestability, ve které se formovaly státy a soupeřily mezi sebou, na kterou pak navazuje doba od poloviny 20. století do konce 20. století, kterou popisuje jako dobu relativní politické stability. V tradičních teoriích by se nacionalismus dal brát dokonce jako něco, co je nebezpečné (přesouvá se na periférii). Billig rozvinul svůj koncept i na příkladu vlajek, které rozdělil na waved („aktivní“) a unwaved („neaktivní“), na kterých vysvětluje svou myšlenku: Projevem banálního nacionalismu není vlajka, na kterou je neustále vášnivě upozorňováno, ale ta vlajka, která visí bez povšimnutí na veřejné budově“ (Leib 2011). Banální nacionalismus by se ale zároveň neměl brát jako slabý, jako postrádající nějakou sílu, právě naopak. Billig upozorňuje na to, že banální nacionalismus může být základ jakéhosi nebezpečného nacionalismu, kterého se dá využít v různých politických ideologiích, a to naprosto skrytě, protože banální nacionalismus ve formě přirozených a každodenních znaků národa je často přehlížen. Je známé, že post-modernistické tendence ukazují ztrátu významu národa a národních hodnot, toto ale není bezpodmínečně pravda a mnoho výzkumů (např. na participaci ve spolicích všeho druhu v USA) prokázalo, že takto to nelze jednoduše říct. Billig se snaží ztrátu zájmu o národ jako takový ve své práci vyvrátit a zároveň upozorňuje na možné nebezpečí těchto skrytých forem nacionalismu.

V těchto již výše zmíněných „Západních“ státech je nacionalismus promítán v každodenním životě médií, symboly a všedními znaky, které zůstanou bez povšimnutí,

ale jistě zde jde o formu reprodukce národní identity. Oproti jiným autorům, kteří se zabývali nacionalismem a národními identitami (Anderson 1983, Gellner 1993 atd.), Billig upozorňuje právě na tuto reprodukci, která je důležitá pro příslušnost k národní identitě. Nejedná se pouze o stav mysli, který zaujímá konkrétní jedinec. Tyto tradiční přístupy nezahrnovaly každodenní reprodukci národní identity do svých teorií. Lidé mají tendenci se upínat spíše ke konkrétním věcem, které mají spojené se svou národní identitou spíše než k nějakému obecnému a uznávanému pojetí nějaké konkrétní národní identity, tzn. národní identita směřuje např. ke konkrétní vesnici či údolí spíše než k lidem stejného národa (Billig 1995).

Jsou různé formy, kterými se banální nacionalismus projevuje. Stejně jako Anderson (1983) vidí Billig velký vliv médií, kdy Anderson (1983) přisuzuje vytvoření imaginární komunity vniknutím kapitalismu do médií. Také poukazoval na projevy vysoce postavených členů určitého státu, jako formu reprodukce národní identity. Často se v novinách objevují zprávy, které hovoří o určitém jevu a je automatické, že se jedná o jevu „zde, na našem území“ a že se tento jev týká „nás“, i když tyto informace nejsou výslovně řečené. Billig jako příklad dává počasí, kdy se nespecifikuje, na jakém území je počasí myšleno, automaticky se chápe jako „tady, u nás“. Problematikou slova „we“ (tudíž „my“) se zabýval ve svém výzkumu i Pille Petersoo (2007) ve svém výzkumu skotských médií před a po referendu o nezávislosti. Problematika jazyka je velmi významná, protože jazyk neboli konkrétní řeč, nebyla do doby vzniku národů nijak důležitá, neexistovaly konflikty související s různými dialekty ani nic podobného, proto není pochyb o tom, že jazyk je nemalým instrumentem sloužícím k projevu národního zájmu (Billig 1995). Nejen v médiích existují projevy banálního nacionalismu, projevem mohou být bankovky (Penrose 2011), již zmíněné vlajky, symboly, tradiční automobilový průmysl, čemuž se ve své práci také věnoval Leib (2011) a třeba i názvy ulic a dopravní značky. Mimo názvů ulic a dopravních značek, které zmínili ve své práci Jones a Merriman (2009), rozdělili projevy dle autorů, kteří se jimi zabývali, do 4 kategorií: peníze a další symboly státu, všední praktiky spojené s nacionalismem, role médií v reprodukci banálního nacionalismu a zakořenění nacionalismu v krajině/prostoru (např. názvy ulic). Dále Billig zmiňuje sportovní akce jako významný projev národní identity, kdy diváci mají často tendence podporovat sportovce dle jejich národnosti a státní příslušnosti spíše než podle toho, jaké podávají výkony.

Koncept banálního nacionalismu se setkal i s početnou kritikou a mnoho autorů také různé myšlenky přetvářelo. Jeden problém může být v terminologii konceptu „hot“ a „banal“ nacionalismu, která je pro některé autory zavádějící. Vymezení dvou pojmů, „banal“ a „hot“, může budít dojem stejně exotických forem nacionalismu, oba dva jsou na stejném stupni (Jones, Merriman 2009). Kritice tohoto konceptu se ve svém článku, který je tak i pojmenovaný, věnoval Skey (2009). Prvním bodem jeho práce byl fakt, že není možné na média nahlížet pouze jako na nástroj reprodukce národní identity, neboť se média nedají oddělit od svého „publika“, které je různorodé a každé reaguje na podněty jinak. Problematika reprodukce národní identity skrze média je, dle něj, mnohem komplexnější, než pouze že média jsou nástrojem reprodukce, hledat roli konkrétních médií je pro něj stěžejní. Dále pak konceptu chybí reálný globálnější pohled a dynamičnost, kterou Skye (2009) zmiňuje v souvislosti přechodu z formy „hot“ nacionalismu na zmíněnou formu „banal“, stejně tomu může být i opačným směrem. Toto je v konceptu opominuto. Dále také dynamika spočívá v tom, že rozmanitost obyvatelstva určitého území se neustále mění a není s postupem času stejná (neboli může být výrazně větší či menší). Slavtcheva-Petkova (2014) rozvádí koncept banálního nacionalismu, kterému (jak říká i Skey) chybí globálnější pohled a zmiňuje tři problémy: nemožnost předpokladu homogenního národního publika, chybějící spojení mezi identitou a mediální reprezentací a rozdílnost symbolů národní identity a deixí (většinou zájmena odkazující k určitým konkrétním prvkům). Slavtcheva-Petkova (2014) se své práci zavádí pojmem „banální amerikanismus“, který byl inspirován prací Laury Cram, která se věnovala „banálnímu europeanismu“ (Cram 2009). Poukazuje na to, že celý koncept je vztažený z velké části k USA, a tím tudíž není aplikovatelný globálně, proto zavádí pojem „banální amerikanismus“. Jak sám Billig (1995) ve své práci zmiňuje, je to právě americká kultura a americké symboly, které se dostávají do světa a stávají se každodenními. Stejně tak zde Billig (1995) cituje prezidenta George Bushe, který při začátku války v Perském zálivu ve svém projevu mluvil za Spojené státy, ale zdaleka nemluvil pouze ke svému národu, mluvil tak o celém zbytku světa („my na straně USA“ vs. oni).

2.2 Národní identita

Národní identita je téma, které se dá zkoumat jak z teoretického hlediska, tak z hlediska empirického. Dnes je toto téma velmi časté pro sociologické výzkumy, ale národní identita je otázkou i pro geografické výzkumy. Žádná definice národní identity se zatím

nezdá být naprosto přesná, která by zahrnovala její komplexitu a vícerozměrnost (Triandafyllidou 1998). Dle Blooma (1990) je potřeba nejen to, aby se skupina lidí cítila, že patří k jednomu národu. Za procesem formování národní identity je psychologický proces, ve kterém masová skupina přijme konkrétní zvyky a symboly, které během času utvoří již zmíněnou národní identitu. Její teoretické ukotvení je stěžejní pro další zkoumání. Wodak (1999) ve své diskurzní analýze národní identity popisuje identitu jako relativní pojem, který z matematického hlediska znamená popsání vztahu mezi dvěma či více entitami, které sdílí něco společného či si jsou rovné. V pojetí, které není matematické, je definice dle něj složitější, protože pojem není statický, a tudíž ani neměnný. Národní identitu můžeme chápat jako vztah jedince k určitému národu (Vlachová, Řeháková 2004).

Národní identita je úzce spjata se slovem národ, které ale může mít mnoho různých významů. Někteří se koukají na národ primordiálním pohledem, historickým a někteří naopak tím konstruktivistickým neboli instrumentálním. Dříve bylo na národ nahlíženo spíše přístupem primordiálním (např. společný jazyk a etnicita), ale dnes se váha přikládá spíše subjektivnímu pocitu být součástí určitého národa (Hroch 2004). V tomto je velký rozdíl při chápání tohoto termínu. V jednom pohledu je národní identita něco, co je stálé a neměnné, v druhém zas něco, co je možné během svého života změnit. Dle Gellnera (1993) je národ něco, co vzniklo moderní dobou, nesouhlasí tak s primordiálním principem vymezení. Anderson (1991) vidí národ jako pomyslné společenství, toto jsou přístupy konstruktivistické. Jakousi pomyslnou komunitu, která je pomyslná proto, že i v tom nejmenším národu se nikdy nebude znát každý s každým a jedinec má tudíž pouhou představu o tom, jak vypadá jeho nejbližší komunita. Dále je kladen velký důraz na jazyk, co se týče vymezení národa. To, že lidé spolu dokáží hovořit, je klíčové pro to, aby si mohli i zároveň rozumět a sdílet spolu své názory a postoje. Jazyk odděluje národy od sebe, odděluje „cizince“, kteří nemluví stejnou řečí (Weber 2003). Je důležité rozlišit, zda se národní identita opírá spíše o kulturní charakteristiky či má politické (občanské) vymezení. Kulturní národ si zakládá na společném jazyku, historii a tradicích, naopak politický pak na občanství (člověk je příslušníkem národa, má-li dané občanství). Dnes převládají státy, které na jednom území mají dominantní národ, zde národní identita posiluje stabilitu státu, protože je nutné nejen mít politickou moc, ale je nutné, aby spolu občané sdíleli stejné hodnoty. Edensor (2002) ve své práci tvrdí, že národ je velmi málo zkoumán z pohledu každodenní populární kultury (čímž se zabývá i Billig ve svém konceptu banálního nacionalismu) a slova národ a společnost tak mohou splynout v jeden

stejný význam. Národní identitu zde přibližuje i přes materiální formy, jako je např. způsob oblékání, který je dle něj také něčím, co formuje národní identitu. Jako příklad dává tradiční oblečení na různých typech slavností, oblečení na různé typy tradičních tanců či zmiňuje luxusní francouzské a italské značky. Každý národ potřebuje určitou formu kultury, která se pak dále podílí na tvoření silné národní identity. Edensor (2002) Billiga (1995) cituje a jeho práce je částečně zaměřena právě na zatím málo prozkoumaný koncept banálního nacionalismu v praxi. Slabá národní identita, přestože může naopak vést k větší soudržnosti v rámci nadnárodních společenství (např. být součástí Evropské Unie), vede pak k oslabení občanské společnosti a oslabení občanské solidarity (Vlachová, Řeháková 2004). Tato práce si klade za cíl hlouběji poznat český národ skrze reprodukce národní identity. Tím, zda je český národ inkluzivním národem (inklinace k občanským symbolům) nebo spíše exkluzivním (inklinace ke společným kořenům a historii) se tato práce zabývá.

2.3 Pojetí české národní identity

Česká národní identita během 90. let, jak ukázalo zkoumání v letech 1995 a 2003, oslábla, toto ve svém výzkumu zjistily Vlachová a Řeháková (2004). Ve výzkumu dále zjišťovaly posuny v měřítkové hierarchii identity. Udávají příklad, jaké je nejdůležitější území pro Čechy vztaženo k české identitě. Zatímco v roce 1995 byla pro identitu respondentů nejdůležitější úroveň „národní stát“, tak v roce 2003 už to bylo sídlo, ve kterém žijí. Národní identita se tak stala až pátou nejdůležitější, přičemž na prvním místě byla identita zaměstnanecká, na druhém rodinná. Naopak Hechter (2000) ve své práci uvádí národní identitu jako tu nejvýznamnější ze všech identit. Vlachová a Řeháková pak dále zkoumaly, jaké prvky jsou pro Čechy nejdůležitější při vymezení toho, kdo Čech vůbec je (viz. Tabulka 1). Zajímavým výsledkem tohoto zkoumání byl fakt, že mezi těmito léty výrazně kleslo procento respondentů, kteří brali za důležité umět mluvit česky (což odporuje myšlence, kterou ve své práci zmiňuje Weber, 2003). Naopak vzrostl počet respondentů, kteří považovali mít české občanství za důležité kritérium. Zároveň pokleslo i procento pro kritérium cítit se být Čechem, v roce 1995 bylo toto procento vysoké, v roce 2003 již tolik ne. Na tomto výzkumu je jasně vidět odklon od tradičních, etnických znaků českého národa a přesun k tzv. národu politickému/občanskému. Velmi zajímavým zjištěním z tohoto výzkumu je fakt, že se zvýšilo procento respondentů, kteří považují být křesťanem jako důležité kritérium, což je zajímavé zejména proto, že Česko patří k vysoce sekularizovaným zemím.

Tabulka č. 1: Prvky důležité pro formování české identity (v %)

		Velmi důležité	Spíše důležité	Důležité celkem
Být narozen v České republice	1995	40,2	30,8	71,0
	2003	36,8	41,6	78,4
Mít české občanství	1995	52,5	32,3	84,8
	2003	45,2	42,2	87,6
Žít v České republice většinu života	1995	48,4	32,0	80,4
	2003	41,4	41,4	82,9
Umět mluvit česky	1995	76,2	18,6	94,8
	2003	57,6	34,2	91,8
Být křesťanem	1995	11,4	11,8	23,2
	2003	13,8	19,3	30,1
Respekt. politické instituce a zákony	1995	44,5	40,5	85,0
	2003	31,0	49,1	80,1
Cítit se Čechem/Češkou	1995	71,0	21,5	92,5
	2003	47,3	40,7	88,0

Zdroj: Vlachová a Řeháková 2004

Dále byla zkoumána národní hrdost, jak moc jsou respondenti hrdí na to, že jsou Češi. Dle Wodaka (1999) je národní hrdost tou nejlacinější hrdostí, protože o člověku ukazuje jeho nedostatek individuálních charakteristik, na které by mohl být pyšný. Člověk, který tyto individuální charakteristiky a má smysluplné cíle, nemá takové tendence si je hledat na národní úrovni. Člověk, který nemá nic, na co by byl sám pyšný, má tendenci se upínat k hrdosti národní a bude přehlížet chyby a nedostatky, které se týkají jeho národa. V češtině by ještě bylo nutné oddělit, zda se jedná o pýchu na určitý národ, či se jedná o hrdost (v češtině mohou tyto pojmy mít poměrně odlišný význam). Zahrnuto bylo mnoho aspektů, fungování demokracie, sportovní úspěchy a české umění. Největší nárůst mezi lety 1995 a 2003 byl u případu úspěchů ve sportu, tudíž Češi jsou dnes nejvíce hrdí na české sportovce (o důležitosti sportu pro formování národní identity neboli její reprodukci mluví se své práci i Billig). Billig (1995) uváděl, že lidé mají tendence fandit národním týmům i přestože se o sport nezajímají, nebo že sportovci nepodávají dobré výkony. Toto poukazuje na to, že lidé mají obecně tendenci být hrdí na svůj národ kvůli sportu. Na druhém místě Češi umístili historii. Naopak nejméně jsou hrdí na fungování demokracie, politický vliv ve světě, ekonomické výsledky a zacházení se všemi skupinami obyvatel (viz. tabulka č. 2):

Tabulka č. 2: Hrdost Čechů na specifické oblasti

		Velmi hrdý	Poměrně hrdý	Hrdý celkem
Fungování demokracie	1995	4,9	29,1	34,0
	2003	2,6	26,5	29,1
Politický vliv ve světě	1995	6,0	44,2	50,2
	2003	2,6	28,1	30,6
Ekonomické výsledky	1995	6,6	35,1	41,7
	2003	2,5	15,7	18,2
Systém sociálního zabezpečení	1995	2,9	15,3	18,2
	2003	3,1	19,4	22,5
Výsledky vědy a techniky	1995	10,6	49,3	59,9
	2003	11,4	56,8	68,2
Výkony ve sportu	1995	19,8	52,1	71,9
	2003	40,2	48,3	88,5
Umění a literatura	1995	32,5	52,1	84,6
	2003	27,8	54,5	82,3
Ozbrojené síly	1995	3,9	14,4	18,3
	2003	6,1	29,0	35,1
Historie	1995	48,9	42,0	90,9
	2003	36,4	47,0	83,4
Zacházení se všemi skupinami obyvatel	1995	2,5	17,7	20,2
	2003	2,6	20,4	23,0

Zdroj: Vlachová a Řeháková 2004

V této problematice na českém území je také důležité rozlišit, zda mají Češi spíše nacionalistické (šovinistické¹) nebo tendence patriotistické. Z výzkumu vyplývá, že Češi se během let 1995 a 2003 spíše kloní k tendencím šovinistickým než k tendencím patriotistickým, Češi ale obecně paří k národům, které mají velmi slabou míru patriotismu i šovinismu ve svých řadách, Otázkou ale zůstává, zda je toto opravdu slabou mírou národní identity, či existuje strach se k této identitě přihlásit. Němci jsou známí tím, že patří k velmi slabě patriotistickým nebo šovinistickým zemím, což bude následek vyrovnávání se se svou historií. Česko také prošlo procesem tzv. denacionalizace, která u nás měla probíhat za prezidentského období Václava Havla, při kterém byl vyzdvihován český lid, a ne český národ (Kučera 2000, Vlachová a Řeháková 2004).

2.3.1 Český národ a jeho symboly

Národ nemusí mít desítky milionů obyvatel a rozlehlé území. Velikost národa dle počtu obyvatel je nutno chápat v jeho historickém kontextu, není možné pouze porovnávat čísla

¹ Šovinismus je radikální forma nacionalismu, která řadí jeden určitý národ nad národy ostatní. Může se jednat i o nadřazenost určití skupiny lidí

vedle sebe (Patočka 1992). Velmi zásadní pro formování českého národa je jistě jeho historie. Není to pouze myšlenka toho, že vše, co se stalo v historii formuje národ, ale pouze určité vybrané historické události, které si dodnes pamatujeme a považujeme za důležité (Holý 2001). Jednou z nejvýznamnějších událostí pro formování českého národa bylo jistě české národní obrození, v čele s mnohými jmény jako je např. František Palacký, Josef Jungmann či Josef Dobrovský. Během uplynulých minulých století byl český národ vždy součástí nějakého většího územního celku, konkrétně v posledních dvou století patřil pod Rakousko-Uhersko a následně pod Československo. Vymezování se proti Rakousku-Uhersku je možné vidět i na stržení Mariánského sloupu na Staroměstském náměstí, jako ukázka toho, že „my Češi“ už pod ně nepatříme, přesto o tom, zda byl tento krok ale opravdu vlastenecký, se polemizuje (Štětka 2004). Dále pak rozdíly mezi Čechy a Slováky jsou také znatelné, v roce 1946 zastávala většina Čechů názor, že Češi a Slováci jsou dvě větve stejného národa, což vydrželo až do 90. let, představa jednoho československého národa. Ale přesto je zde myšlenka, že Slováci jsou spíše tradiční komunitou než moderní společností, kterou jsou Češi a toto odlišování je stále důležité pro formování české národní identity (Holý 2001). František Palacký už v polovině 19. století dokázal uvažovat o malém národu ve „větším světovém společenství a měl nezpochybnitelně velmi výrazný vliv na vnímání české národní existence (Zouhar 2011). Aby se dalo vybudovat nějaké „my“, bylo potřeba mít i nějaké oni, což v tomto případě (národního obrození) byli Němci. Palacký také, mj. zvaný otec národa, viděl český národ jako něco, co má hluboké kořeny v historii, zdůrazňoval významnost dějin jako takových a vyzdvihoval Husitské války jako něco, co nebyla válka za materiální objekty, nýbrž válka za určité duchovní statky, byly to války, díky kterým se český národ český národ stmelil do té míry, že se začala tvořit česká státní idea (Bednář 2018). Naproti tomu Schauer ve svém článku „Naše dvě otázky“ si pokládá otázku, zda je co budovat, zda český národ stojí za budování a zda máme dostatečný kulturní kapitál, abychom udrželi národ i do budoucna. Schauer se řadil do skupiny, která byla okolo Tomáše Garrigua Masaryka, kteří byli nazýváni často jako nihilisté nebo jako filozofové národní sebevraždy (Schauer 1886, cit. v Zouhar 2011).

Je nutno rozlišit, zda se jedná o národ spíše etnický, na který poukazuje právě historie, nebo národ občanský, který souvisí s vnímáním vývoje české státní ideje (toto je mimochodem cílem této práce, zjistit, k čemu Češi více tíhnou). František Palacký je typickým příkladem osobnosti, která věřila v český národ (popisováno i z duchovního hlediska), naopak Tomáš Garrigue Masaryk ve svém díle popisuje právě výše zmíněnou

českou státní ideu (Bednář 2018). Co tedy znamená být Čechem? Holý (2001) ve své práci zmiňuje, že Češi jsou národem s již danou národní identitou, že není kulturně konstruovaná. Zmiňují se tedy tři různá kritéria: narodit se v Čechách, mít češtinu jako mateřský jazyk a mít české rodiče. Zajímavé potom je, že někteří, kteří uvádějí všechna tři kritéria, tak i přesto to, že někdo tyto předpoklady splňuje, nemusí pro něj být Čechem. Skoro nikdo neuvedl, že Rom narozený v Česku a hovořící česky, je opravdu Čechem. Je důležité odlišit dvě skutečnosti. Určití jednotlivci, či i možná majorita Čechů, můžou mít vlastnosti, které by se označily za negativní, ale pokud je zde řeč o Čěších obecně, popisované vlastnosti můžou být pozitivní. Tyto dva pohledy si v českém prostředí odporují, takže Češi jsou tohoto příkladem. Češi sami sebe vidí spíše jako závistivé, otrávené a egoistické (viz. Tabulka č. 3), na druhé straně ale pokud mluví o českém národu, tak ho považují za velmi demokratický a jsou na něj hrdí. Dvořákova hudba se může zdát horší než Smetanova, protože je moc „světová“ a málo zůstala pouze tím „naším českým“. Češi se dále považují za velké pokrytce, což může být následkem minulosti, kdy kvůli skoro neustálé nadvládě někoho jiného byli učeni, že toto je nejlepší způsob, jak žít pod cizí nadvládou. Češi také uvedli, že určité negativní vlastnosti přiřazují typickému „čecháčkovi“. Za tzv. čecháčka je považován člověk, který je malicherný, není tolerantní k odlišným názorům a postojům a je závistivý. Češi mají tendenci mluvit o českém člověku, ale málokdy se domnívají, že by do tohoto modelu sami zapadali (Holý 2001). Přesto pak ale český národ popisují jako něco demokratického, vysoce vzdělaného. Nacionalismus je dle Holého (2001) něco, co je tvořeno nacionalistickým diskursem. Národ se nekonstruuje z toho, jaké vlastnosti si nesou jednotlivci v určitém národě, ale národ je něco nadindividuálního, existuje samo, protože pokud by byl národ souhrnem vlastností jednotlivců, i oni by museli mít tyto pozitivní vlastnosti, které jsou přiřazovány českému národu jako takovému.

Tabulka č. 3: Vlastnosti, které si Češi připisovali v letech 1990 a 1992 (v %)

Vlastnost	1990	1992
NEGATIVNÍ		
Závist	12 %	28 %
Konformita	9 %	15 %
Vychytralost	7 %	15 %
Sobectví	10 %	11 %
Lenost	3 %	8 %
POZITIVNÍ		
Pracovitost	4 %	17 %
Zručnost	3 %	8 %

Smysl pro humor	3 %	8 %
-----------------	-----	-----

Zdroj: Vlastní tvorba (dle Holého 2001)

2.3.2 Reprodukce národní identity v sociální bublině

Tato práce se zabývá reprodukcí národní identity v konkrétní sociální bublině. Český sociolog Jan Hartl uvádí (Zelenka 2016), že sociální bublina je definována jako okruh známých, kteří jsou vybráni dle podobností k němu, možno podvědomě i vědomě. Nemusí se jednat pouze o podobnosti, ale i pokud hledáme někoho, kdo by nám měl oponovat, stejně si ho vybereme dle určitých kritérií. Sociálními sítěmi se dále zabývá Josef Šlerka, který uvedl, že máme tendenci mít za přátele lidi, kteří sdílí naše hodnoty, vzdělání a podobně způsoby myšlení (Hamplová 2017). Toto dále způsobuje, že rozdíly ve vytváření hodnot se velmi prohlubují, protože se držíme právě stále dokola v té své „sociální bublině“. V angličtině je nejbližší pojem „echo chamber“². Del Vicario a další (2016) ve svém výzkumu uvedli, že lidé mají nejen tendenci si vybírat informace, se kterými oni sami též souhlasí, ale že vytváří tyto tzv. echo chambers, a to skupiny lidí, kteří sdílí stejné postoje a názory. Jednoduše řečeno, pokud existuje nějaký postoj (v tomto případě postoj k nacionalismu), dále k němu existuje „komnata“ (v tomto případě konkrétní sociální síť), která umožní „ozvěnu“ (šíření jednoho podobného postoje) (Garimella a další 2018). Existují teda tyto „komnaty ozvěn“ na sociálních sítích? Výzkum z roku 2016 ukázal, že ano (Quattrociocchi a další 2016). Lidé na sociálních sítích mají tendence si vytvářet takové konkrétní skupiny, ve kterých se nachází osoby se stejnými nebo aspoň podobnými postoji. Toto později i způsobí, že se k nám budou dostávat postupně stále stejné informace pouze z jednoho okruhu osob (nejčastěji našich přátel a důvěryhodných zdrojů) (DiFonzo 2011). Skupina (v této práci naše sociální bublina) se postupně uzavře a vytvoří uzavřený celek. Proto lze předpokládat, že i v případě projevů banálního nacionalismu budou členové jedné sociální bubliny vykazovat podobné postoje a preference.

² Pojem „echo chamber“ můžeme z angličtiny přeložit jako pojem „komnata ozvěn“, ve které se zvuky (v této problematice názory a postoje) odráží a mezi skupinou lidí se tudíž šíří

3 Metodika

Tato kapitola se bude věnovat metodám, které byly použity při zpracování této bakalářské práce. Nejdříve se bude věnovat sestavením dotazníku a v druhé části bude vysvětlen způsob, jakým byly data zpracovány. Výzkum bude prováděn v červnu roku 2020 přes sociální sítě Facebook a Instagram.

3.1 Dotazníkové šetření

Jako metoda zkoumání bylo vybráno dotazníkové šetření, které se bude skládat ze tří částí, první částí budou obecné informace, v druhé části se budou nacházet otázky a ve třetí části se budou nacházet konkrétní symboly. Využití dotazníkového šetření v tomto typu výzkumu poskytne možnost navrácení dostatečného množství odpovědí a umožní poté výsledky elektronicky zpracovat. Dle Hendla (2005) je dotazníkové šetření jednou z nejpoužívanějších metod výzkumů. Tento výzkum bude prováděn formou smíšeného výzkumu. Tzv. třífázový model výzkumného procesu se skládá z cíle výzkumu, typu dat a typu analýzy a následné interpretace (Hendl 2005). Cíl tohoto výzkumu má spíše kvalitativní charakter, půjde zde o popis a exploraci konkrétně určeného jevu, nejde zde o statistický popis, či predikci určitého jevu, jak je tomu u kvantitativního výzkumu. Typ dat je v tomto případě spíše kvalitativního charakteru, nejedná se zde o žádná standardizovaná data, které využívá výzkum kvantitativní. Typ analýzy a interpretace naopak bude spíše kvantitativní, Dotazník je strukturovaný tak, aby respondent vždy seřadil dané odpovědi na otázky od nejvíce se hodící po nejméně se hodící. Tento typ odpovídání se nazývá seřazení položek (Survio.cz). Bude se tady jednat o kvantifikaci výsledků, jak je tomu u kvantitativního výzkumu než o zabývání se slovy či různými obraty, typické pro výzkum kvalitativní (Hendl 2005). V první části dotazníku se nachází obecné informace o respondentovi, ze kterých se při sumarizaci výsledků stanou filtry pro vyhodnocování. V druhé části dotazníku budou již konkrétní otázky týkající se problematiky konkrétních projevů nacionalistických banalit. Otázky jsou položeny tak, aby dvě vždy odkazovaly k nacionalismu etnickému a dvě k nacionalismu občanskému. Celkem jsou čtyři odpovědi na všechny otázky a respondent je řadí od první ke čtvrté. Ve třetí části dotazníku respondenti seřazují 10 konkrétních symbolů podle toho, jak moc jim připadají „české“. Opět se tedy jedná o otázku, která spadá do kategorie seřazení položek. Obrázky jsou, stejně jako odpovědi na otázky, rozděleny do dvou kategorií. Pět z těchto obrázků symbolizuje občanský (státní) nacionalismus a pět naopak nacionalismus etnický. Určité dva symboly mají vždy naproti sobě poukazovat na jeden určitý typ

nacionalismu. Všechny otázky i s výsledky nalezneme v přílohách (příloha 1). Respondenti jsou rozděleni dle daných kategorií na: muž/žena, odkud z Česka pochází, jaké má vzdělání, jaké je národnosti a do jaké věkové skupiny se řadí. Výzkum je prováděn přes internetový server www.surveymonkey.com, který jako jediný z nalezených měl možnost seřazování odpovědí dle důležitosti. Na tomto serveru proběhne i následná sumarizace výsledků, dle zadaných filtrů (pohlaví, místo narození, občanství, vzdělání a věk).

3.2 Sumarizace a analýza

Po sumarizaci výsledků přijde na řadu analýza v programu IBM SPSS Statistics. Jako nejvhodnější metoda se ukázala být metoda shlukové analýzy respondentů. Ostatní metody, které byly při analýze vyzkoušeny (faktorová analýza či analýza reliability), nebyly dobře použitelné díky charakteru dat, zejména jejich ordinálnímu charakteru. Při analýze v SPSS byla z důvodů jasnější analýzy vyčleněno 7 respondentů, tudíž do analýzy vstoupilo 115 odpovědí z dotazníku. Při shlukové analýze byla použito hierarchické shlukování, následně byla vybrána wardova metoda a standardizace na škále od 0 do 1. Data, která vstupovala do shlukové analýzy neobsahovala poslední otázku z dotazníku, ve které bylo deset odpovědí, protože to by v analýze mohlo vytvořit nejasnosti. Z dendrogramu, který je výstup shlukové analýzy, vyšlo pět shluků, které byly následně uloženy a bylo s nimi pracováno dál. Nejprve bylo těchto pět shluků vloženo do kontingenční tabulky a byly analyzovány dle daných kategorií v dotazníku (věk, pohlaví atd.). Toto je bohužel jedním z velkých limitů tohoto výzkumu, skupina respondentů, kteří tvoří data, se kterými bylo pracováno, je velmi homogenní (studenti vš s českou národností ve věku 20-26 let), jsou to lidé z okruhu jedné sociální bubliny, proto zde z důvodu malého zastoupení jiných skupin nemohou vycházet vysoké korelace. Následně byla využita funkce porovnání průměrů u jednotlivých kategorií a daných pěti shluků. Výsledky této shlukové analýzy nalezneme dále v kapitole 5.

3.3 Limity výzkumu

Výzkum má své další limity a je nutno s nimi počítat při zhodnocování výsledků. V rámci dotazníkového šetření bude nutné počítat s tím, že ne každý respondent odpoví opravdu upřímně a dá tomu potřebný čas. Také je nutné zmínit, že výzkum bude probíhat v poměrně úzké skupině obyvatel a výsledky tak nebude možné zobecnit. Dalším problémem může být samotný dotazník. Při tvorbě dotazníku byly vybírány konkrétní osoby a konkrétní události, které zastupují zmíněné dvě formy nacionalismu (etnický či

občanský). Tyto osoby a události byly pečlivě vybrány, přesto se v dotazníku měla u určitých otázek objevit možnost s připsáním případně dalšího jména či události, které budou respondenta napadat. Při vytváření dotazníku na internetu se ale nenaskytlo žádné místo, kde by byla tato možnost připsání něčeho jiného možná. Proto bylo v dotazníku nutné tuto možnost vynechat a respondent má k dispozici pouze vybraná jména a události, které byly vybrány předem. Musí se počítat s tím, že respondenti by určitému symbolu dali také např. stejnou váhu, a nebo by symbol nezahrnuli vůbec či zahrnuli právě jiný. Dále pak z analýzy bylo vyčleněno 7 respondentů, kteří v dotazníku odpověděli, že mají jiné občanství než české a že mají jiné vzdělání, než bylo v možnostech (stále studovali sš). Tyto odpovědi byly vyčleněny za účelem dosažení co největší homogenity dat, kdy takto malý vzorek by analýzu neovlivnil.

Dalším limitem se mohl stát nedostatek literatury, která by odkazovala jakkoli na banální nacionalismus v českém prostředí. Literatura využita v této práci je tudíž omezená, český nacionalismus z dvou pohledů (etnického a občanského) zkoumán taktéž nebyl. Práce zkoumá téma, které je poměrně neobvyklé (minimálně vztaženo na české prostředí), proto se musí počítat s omezenými zdroji.

4 Sumarizace výsledků dotazníkového šetření

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 122 respondentů během deseti dní, kdy dotazník byl aktivní. Respondenti byli rozděleni dle určitých kategorií dle pohlaví, věku, vzdělání, místa odkud pocházejí a občanství. V dotazníku participovalo 63 žen (51,6 %) a 59 mužů (48,4 %). Dále pak valná většina respondentů, konkrétně 51,6 % pocházela z Prahy, dalších 32,8 % pocházela z regionu Čech a 12,3 % pocházela z regionu Moravy a Slezska. Poslední skupinu zastupovali odpovědi jiné, zastoupením 3,3 % (Slovensko, mimo ČR, z Ruska, z Hané, což je velmi zajímavé, že tento respondent se necítil být z Moravy a Slezska, ale konkrétně z Hané) které byly z následné analýzy vyčleněny. Další kategorií bylo vzdělání, kdy valná většina respondentů byli aktuální studenti vysoké školy, a to konkrétně 55,7 %, respondentů s dokončených vysokoškolským vzděláním bylo 26,2 % a respondentů s dokončeným středoškolským vzděláním bylo 14,8 %. Z této kategorie opět byli vyčleněny aktuální studenti střední školy, kterých bylo 3,3 %. Dále byli respondenti rozděleni dle národnosti, kde naprosto převládala národnost česká (95,9 %). Dále se vyskytla jedna národnost slovenská, americká, irská, balkánská a ruská. Tito respondenti byli opět z analýzy vyřazeni, protože zastupují naprostou minoritu vzorku. Poslední sledovanou kategorií byl věk. Největší zastoupení respondentů bylo v kategorii 20-25 let, konkrétně tedy 70,5 %. Kategorie pod 20 let čítala 5,7 %, kategorie 26-35 pak 18,9 % a kategorie nad 35 pak 4,9 %.

Respondenti měli v otázkách seřadit dle jejich subjektivního pohledu zadané symboly dle toho, které se jim zdají jako ty nejdůležitější od jedné (nejvíce) do čtyř (nejméně). Symboly jsou ohodnoceny průměrem odpovědí všech respondentů. V první otázce týkající se nejvýznamnějšího kulturního symbolu vztahujícího se k české identitě měli seřadit pivo, Škodu Auto, Švejka a hokej. Škoda Auto a hokej jsou symboly znázorňující klasický občanský nacionalismus (nejsou to etnické, národní znaky) a pivo a Švejk byly vybrány jako symboly nacionalismu etnického neboli národního. Pivo s průměrem 3,8 se jednoznačně řadí na první místo, na poslední místo respondenti zařadili Švejka s průměrem 1,7 (viz. tabulka č. 4):

Tabulka č. 4: Kulturní symboly (průměr)

Škoda Auto	2,3
Pivo	3,8
Hokej	2,2
Švejk	1,7

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Druhá otázka se týkala oficiálních symbolů ve vztahu k české identitě. Vybrána byla vlajka a pražský hrad jako symbol občanského nacionalismu a na straně etnického byla vybrána hymna a státní znak. Zde získala nejvyšší průměr vlajka s hodnotou 3,5, státní znak a Pražský hrad měli oba nejméně, a to 1,8 viz. tabulka č. 5:

Tabulka č. 5: Oficiální symboly (průměr)

Hymna	2,8
Vlajka	3,5
Státní znak	1,8
Pražský hrad	1,8

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Třetí otázka se týkala významných osobností. Vybrán byl Tomáš Garrigue Masaryk a Karel Čapek jako příklady občanského nacionalismu a Alois Jirásek a František Palacký jako příklady pro nacionalismus etnický (národní). V této otázce jednoznačně respondenti označili jako nejvýznamnější osobnost Tomáše Garrigua Masaryka, a to s průměrem 3,7. Nejmenší zastoupení u respondentů získal Alois Jirásek s průměrem 1,7 viz. tabulka č. 6:

Tabulka č. 6: Osobnosti (průměr)

Alois Jirásek	1,7
František Palacký	2,2
T. G. Masaryk	3,7
Karel Čapek	2,4

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Následující otázka se týkala významných událostí pro českou identitu. Zařazena byla Bitva na Bílé hoře a období Národního obrození jako symboly pro nacionalismus etnický (národní), poté 17. listopad 1989 a 28. října 1918 jako symboly nacionalismu občanského. Se stejným průměrem na prvním místě skončil 17. listopad 1989 a 28. října 1918 s průměrem 3. Nejméně se respondenti klonili k Bitvě na Bílé hoře, která skončila na posledním místě s průměrem 1,5 viz. tabulka č. 7:

Tabulka č. 7: Události (průměr)

Bitva na Bílé hoře	1,5
28. října 1918	3
Období národního obrození	2,5
17. listopadu 1989	3

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Pátá otázka se týkala toho, jaké jsou nejdůležitější předpoklady pro to, aby vnímali určitého člověka za Čecha/Češku. V případě etnického nacionalismu zde bylo vybráno kritérium českých rodičů a češtiny jako hlavního dorozumívacího jazyka. Za kategorii nacionalismu občanského zde byl vybrán trvalý pobyt a poté pocit se cítit za Čecha či Češku. Respondenti se s průměrem 2,9 nejvíce klonili k pocitu být Čechem/Českou, na druhé straně s průměrem 2,3 skončilo trvalé žití na území Česka a mít české rodiče viz tabulka č. 8:

Tabulka č. 8: Předpoklady pro to, být Čechem/Českou (průměr)

Má české rodiče	2,3
Se cítí být Čechem/Českou	2,9
Trvale žije na území Česka	2,3
Má češtinu jako první jazyk	2,5

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Poslední otázka byla specifitější než otázky předchozí. Nebyly zde pouze čtyři odpovědi, ale bylo jich deset. Princip zůstává stále stejný. Pět z těchto deseti symbolů odkazují k jedné formě námi zkoumaného nacionalismu a dalších pět k formě druhé. Zde měli respondenti opět seřadit od jedné (nejvíce se hodící) po 10 (nejméně se hodící). Václav Havel, Karel Gott, fandění hokeji, Pražský hrad a koruna česká zastupovali nacionalismus občanský a na druhé straně Mistr Jan Hus, Bedřich Smetana, pití piva, hora Říp a vepřo-knedlo-zelo nacionalismu etnický.

Tabulka č. 9: Symboly (průměr)

Mistr Jan Hus	5,9
Václav Havel	7,5
Pražský hrad	6,5
Pití piva	7,5
Karel Gott	4,8
Fandění hokeji	4,7

Koruna česká	5,7
Hora Říp	3,9
Bedřich Smetana	4,6
Vepřo-knedlo-zelo	3,8

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Respondenti na první místo zasadili osobnost Václava Havla a pití piva s průměrem 7,5 (program čísla analyzoval opačně, výsledky tudíž vychází od jedné, což je nejméně, do desíti, což je nejvíce). Naopak nejmenší průměr získalo vepřo-knedlo-zelo a hora Říp (3,8 a 3,9). Kompletní výsledky najdeme v tabulce č. 9.

5 Výsledky

5.1 Etnický vs. občanský nacionalismus

V dotazníkovém šetření se zkoumaly dvě výzkumné otázky. První se týkala tendence respondentů přiklánět se spíše k reprodukcím (banalitám), poukazující na nacionalismus občanský než etnický. Tuto otázku jasně odpověděly výsledky dotazníkového šetření. U všech otázek v dotazníku, kromě dvou, vyšel nejvyšší průměr u symbolu, který zastupoval nacionalismus občanský. Jedinou výjimkou byl kulturní symbol. Respondenti v dotazníku dali největší váhu pivu, což je symbol národní, s občanským (neboli státním) nacionalismem nesouvisí. Toto poukazuje pravděpodobně na velkou pivní tradici v Česku a také na možnost velmi levné konzumace tohoto nápoje např. v porovnání se západní Evropou. Ty možnosti, které odkazovaly na nacionalismus etnický, tak čím symbol odkazoval více do historie, respondenti mu přidělili nízkou váhu. Toto je možno vysvětlit menším zájmem o historii jako takovou či možná až neznalost určitých konkrétních souvislostí historických událostí či osob. Druhou otázkou bylo seřazení konkrétních symbolů, kde se stejným průměrem (7,5) skončil i Václav Havel i pití piva, kdy Václav Havel zastupuje občanskou formu a pití piva formu etnickou. Pravděpodobně i Václav Havel je tak moc zakořeněný symbol (stejně jako pivní tradice) že nezáleží, k jaké skupině se váže, stále bude vyčnívajícím symbolem. Zajímavost se vyskytla u otázky týkající se oficiálních českých symbolů, kde byl zahrnut i Pražský hrad, jako symbol občanské formy nacionalismu (sídlo českých státníků). Zatímco v otázce č. 2 dopadl Pražský hrad (i se státním znakem) s průměrem 1,8 jako nejméně podstatný ve vztahu k české identitě, tak v otázce č. 6, při seřazování konkrétních symbolů skončil na třetím místě z deseti (s průměrem 6,5), hned za Václavem Havlem a pitím piva (které mělo průměr 7,5). Toto může být způsobeno položením otázek, např. že Pražský hrad se nemusí zdát jako oficiální český symbol v porovnání s vlajkou či hymnou, což jsou nejvíce klasické oficiální symboly učené ve školách. Druhé vysvětlení může být to, že v otázce č. 6 bylo příliš mnoho symbolů a bylo je těžké zařadit (viz. limity výzkumu). Dále se malý rozdíl ukázal v otázce předpokladů pro to, být Čechem/Češkou. V této otázce jasně největší váhu dostala možnost „cítit se být Čechem/Češkou“, což poukazuje opět na nacionalismus občanský, přesto na druhém místě skončil předpoklad českých rodičů, což zastupuje nacionalismus etnický. První výzkumná otázka tedy má jasnou odpověď. Respondenti měli tendenci, s existencí pár výjimek, vyzdvihovat spíše symboly občanského nacionalismu než nacionalismu etnického.

5.2 Vnímání v sociální bublině

Druhou výzkumnou otázkou této bakalářské práce byl předpoklad, že lidé v jedné konkrétní sociální bublině budou zastávat podobné názory a hodnoty, co se symbolů nacionalismu týče. Většina respondentů inklinovala k občanským symbolům, ale statisticky se toto jako signifikantní neprokázalo. Po provedení shlukové analýzy respondentů se ukázalo, že odpovědi jsou velmi rozdílné. Shluků vyšlo pět (znázorněny v příloze B), ale bohužel se v žádném shluku neobjevila žádná převaha ani jedné z kategorií nacionalismu, o kterých je v práci řeč. Jeden ze shluků jevil nepatrný příklon k etnickému nacionalismu (jeho symbolům), což je pro tuto analýzu nečekané, protože očekávání bylo, že respondenti budou mít tendenci se přiklánět spíše k symbolům nacionalismu občanskému. Ostatní shluky jevily tendenci spíše přiklánět se k symbolům občanského nacionalismu, ale nic nebylo signifikantní. Výsledky ve shlucích byly velmi nejednotné a nevyšla zde žádná vysoká pravidelnost. V žádném shluku se ale neobjevila dle daných kategorií velká korelace, většina hodnot standardizovaných reziduí se pohybovala okolo 0 (nevýznamné) a pár se pohybovala těsně nad hodnotou jedna, což ale stále není velká statistická významnost. Výsledek analýzy ale může být zkreslený tím, že zkoumaná skupina byla velmi homogenní v ohledu vstupních kategorií (tzn. věk, vzdělání, bydliště, občanství) jak již bylo zmiňováno výše. Pokud by v každé kategorii figurovalo více respondentů, výsledky by signifikantní vyjít mohly (především u věkové skupiny 35+, protože tato skupina byla velmi mírně signifikantně více zastoupená ve shluku, který měl tendenci se klanět k symbolům etnického nacionalismu).

Při vyhodnocování dle daných filtrů (věk, vzdělání apod.) se přesto v průměrech určité rozdíly objevily. Dle kategorie věku je zajímavé, že např. pojem František Palacký měl průměr vyšší než dva u skupiny pod 20 let a u skupiny nad 35 let. Stejně tak i v kategorii historické události dopadlo národní obrození. Je možné, že pro osoby nad 35 let jsou bližší historické události (národního obrození), protože mají blíže k historickým událostem, kladl se na ně dříve větší důraz než dnes a respondenti mladší dvaceti let se danou látku před nedávnem učili ve škole. Dále ve skupině 20–25 let (převážně studenti VŠ) byla výrazně velká váha dána události 17. listopadu 1989, zatímco u osob starších třiceti pěti let tato událost byla až na třetím místě. Kategorie občanství se neukázala být důležitá pravděpodobně z důvodu toho, že pouze 5 respondentů uvedlo jinou národnost než českou s tím, že dvě z těchto možností měli národnost dvojí (českou plus jednu další).

Rozdělení dle dalších kategorií v dotazníku se neukázalo být jakkoliv významně rozdílné, pravděpodobně tedy nezáleželo tolik na vzdělání či pohlaví, pouze v kategoriích věkových se objevila mírná diferenciacie.

6 Závěr

Bakalářská práce se zabývala výzkumem konkrétních forem nacionalismu v sociální bublině skrze tzv. banality, které ve své práci definuje britský akademik Michael Billig (1995). Cílem práce bylo zkoumání tendencí v jedné konkrétní skupině osob (konkrétní osoby na sociální síti Facebook a Instagram) metodou dotazníkového šetření. Výzkumné otázky práce byly dvě. První výzkumnou otázkou byl předpoklad, že lidé v této skupině budou mít tendence se klonit spíše k občanským formám nacionalismu, jinak řečeno, spíše než na původ českého národa se budou odkazovat na český stát, jak ho známe dnes. Tato výzkumná otázka byla potvrzena, je tomu opravdu tak, že symboly, které odkazovaly na tento občanský typ nacionalismu se ukázaly být pro respondenty více významné než symboly odkazující na nacionalismus etnický. Druhou výzkumnou otázkou byl předpoklad, že tito konkrétní respondenti v tzv. sociální bublině budou mít podobné postoje, tedy že odpovědi budou homogenní v rámci celé skupiny, dále pak v různých podskupinách (např. řazení dle věku). Tato výzkumná otázka se potvrdila sice rovněž v rámci celé skupiny (tendence odkazování na občanský nacionalismus), ale při analýze podskupin dle věku, pohlaví atd. nastal při analýze výsledků následně problém (viz. níže).

Metoda dotazníkového šetření byla vybrána na tuto tematiku proto, že není možné ji zkoumat z žádných již sebraných dat či statistik. Pro způsob provedení dotazníkového šetření byl vybrán systém seřazení odpovědí dle jejich důležitosti. Tato metoda nejlépe mohla odhalit jaké tendence skupina respondentů bude mít. Problémem ale jistě bylo to, že odpovědi byly velmi konkrétní a někteří respondenti měli problém určité věci zařadit, neměli vyhraněný názor na konkrétní tento symbol apod. Bohužel se nepodařilo najít server, na kterém by byla poskytnuta i odpověď „jiné“, která by zajisté pomohla a mohla by přinést další zajímavé symboly, které si respondenti spojují s „češtvím“. Přesto se tendence v první výzkumné otázce opravdu ověřily a můžeme tedy metodu považovat za rozumně vybranou. Problémem byla následná analýza respondentů v již zmíněných podskupinách. Skupina respondentů, kteří se dotazníkového šetření zúčastnili, byla velmi homogenní (studenti vysoké školy, z Prahy, s českou národností a ve věku 20 až 25 let), proto nebyla následná analýza dostatečně vypovídající, aby ukázala např. nějaké

generační či vzdělanostní rozdíly. Skupiny respondentů v jiných věkových či vzdělanostních skupinách byly tak málo početné, že v analýze nehrály následně vůbec roli. Dále v rámci shlukové analýzy se podařilo vygenerovat určitý počet shluků, na kterém bylo jasně vidět, že i tato homogenní skupina odpovídala různorodě, objevilo se pouze velmi málo statisticky významných čísel v této analýze (viz. výsledky). Přes tyto problémy se dá ale říct, že neexistuje žádný předem daný vzorec, dle kterého respondenti odpovídali, ale přesto se potvrdila tendence odkazovat na občanskou formu nacionalismu, což bylo účelem této práce. Problematika velmi homogenní skupiny respondentů byla bohužel jasná od začátku výzkumu, protože autorka této práce do této skupiny patří a zapadá do totožné „sociální bubliny“. Přes tyto komplikace ale dotazníkové šetření potvrdilo zkoumané výzkumné otázky, tudíž se výzkum může považovat za zdařilý.

Výzkum přinesl hodně zajímavých věcí k zamyšlení. Výzkum opravdu přinesl závěry, kterými se žádný jiný podobný výzkum v Česku nezabýval. Rozhodně by tematika mohla být zkoumána také v rámci hloubkových rozhovorů s respondenty, kde by byly odkryty i možné příčiny toho, za jakými postoji si daný respondent stojí. V této práci se pracovalo s velmi homogenní skupinou respondentů, ale při zkoumání této problematiky regionálně by rozdíly mohly být mnohonásobně větší, a tudíž by mohly vyjít obohacující výsledky. Tato práce měla původně být zaměřena na studenty středních škol a rozdíly mezi středním odborným učilištěm, střední odbornou školou a gymnáziem. Bohužel díky pandemii Covid-19 nebylo výzkum možno takto provést (školy se zavřely) a bylo nutné vymyslet celé náhradní řešení. Tato problematika je celkově velmi neprobádaná na českém území, a proto rozhodně stojí za to, se jí dále věnovat. Regionální analýza (v krajích Česka) těchto tendencí, popřípadě už samotné studium národní identity, by se nabízelo jako téma diplomové práce, které by mohlo navazovat na tuto bakalářskou práci.

7 Literatura a zdroje dat

Literatura:

ANDERSON, B. (1991): *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. Verso, London, New York

BEDNÁŘ, M. (2018): *Smysl české existence, česká státní idea a Masarykova Česká otázka*. Academia, edice společnost, Praha

BILLIG, M. (1995): *Banal Nationalism*. SAGE, London.

BLOOM, W. (1990): *Personal Identity, National Identity and International Relations*. Cambridge, Engl: Cambridge

CRAM, L. (2009): Introduction: banal Europeanism: European Union identity and national identities in synergy. *Nations and Nationalism*, 15, č. 1, s. 101-108

DE CILLIA, R., REISIGL, M., WODAK, R. (1999): The Discursive Construction of National Identities. *Discourse & Society*, 10(2), s. 149–173.

DEL VICARIO, M., VIVALDO, G., BESSI, A. *et al.* (2016): Echo Chambers: Emotional Contagion and Group Polarization on Facebook. *Scientific reports*, č. 6

DiFONZO, N. (2011): The Echo-Chamber Effect. *The New York Times*. [online].

© 2020 [cit. 2020-08-08]. Dostupné z:

<https://www.nytimes.com/roomfordebate/2011/04/21/barack-obama-and-the-psychology-of-the-birther-myth/the-echo-chamber-effect>

EDENSOR, T. (2002): *National Identities in Popular Culture* (Berg, Oxford)

GARIMELLA, K., DE FRANCISCI MORALES, G., GIONIS, A., MATHIOUDAKIS, M. (2018): Political discourse on Social Media: Echo Chambers, Gatekeepers, and the Price of Bipartisanship. *WWW '18: Proceedings of the 2018 World Wide Web Conference*, s. 913-922

GELLNER, A. (1993): *Národy a nacionalismus*. Hříbal, Praha

HAMPLOVÁ, Š. (2017): Na sociálních sítích dáváme najevo svoje postoje, skutečný zájem ale není snadné zjistit. [online] © 2020 [cit. 2020-08-08]. Dostupné z:

<https://www.e15.cz/the-student-times/josef-slerka-na-socialnich-sitich-davame-najevo-svoje-postoje-skutecny-zajem-ale-neni-snadne-zjistit-1329973>

- HECHTER, M. (2000): *Containing Nationalism*. Oxford University Press, Oxford
- HENDL, J. (2005): *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál.
- HOLÝ, L. 2001: *Malý český člověk a skvělý český národ*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- HROCH, M. 2000: *Národní tradice a identita*. Sborník analytických studií pro Strategický program sociálního a ekonomického rozvoje České republiky. Rada vlády České republiky pro sociální a ekonomickou strategii, s. 213-228
- HROCH, M. (2004): *Pohledy na národ a nacionalismus*, Slon (1. vydání), Praha
- JONES, R., MERRIMAN, P. (2009): *Hot, Banal and Everyday Nationalism: Bilingual Road Signs in Wales*. *Political Geography*, 28, č. 3, s. 164–173.
- KUČERA, R. (2000): „Český národ a jeho identita včera, dnes a zítra“. *Střední Evropa* 104-105: 5-12.
- LEIB, J. (2011): *Identity, Banal Nationalism, Contestation and North American License Plates*. *Geographical Review*, 101, č. 1, s. 37–52.
- PATOČKA, J. (1992): *Co jsou Češi? Malý přehled fakt a pokus o vysvětlení*, Panorama, Praha
- PENROSE, J. (2011): *Designing the Nation. Banknotes, Banal Nationalism and Alternative Conceptions of the State*. *Political Geography*, 30, č. 8, s. 429–440.
- PETERSOO, P. (2007): *What Does ‘We’ Mean: National Deixis in the Media*. *Journal of Language and Politics*, 6, č. 3, s. 419–436.
- QUATTROCIOCCI, W., SCALA, A., SUNSTEIN, C. (2016): *Echo Chambers on Facebook*. [v recenzi] Dostupné z: <https://ssrn.com/abstract=2795110>
- SCHAUER, H., G. (1886): *Naše dvě otázky*. *Čas*. č. 1.
- SKEY, M. (2009): *The National in Everyday Life: A Critical Engagement with Michael Billig's Thesis of Banal Nationalism*. *The Sociological Review*, 57, č. 2, s. 331–346.
- SMITH, A. D. (1998): *Nationalism and Modernism: A Critical Survey of Recent Theories of Nations and Nationalism*. Routledge, London

SLAVTCHEVA-PETKOVA, V. (2014): Rethinking Banal Nationalism: Banal Americanism, Europeanism, and the Missing Link between Media Representations and Identities. *International Journal of Communication*, 8, s. 43–61.

ŠAROCH, M. (2010): Banální nacionalismus jako mediální agenda v bulvárním médiu: obsahová analýza deníku Blesk v letech 1992, 1998, 2006. Bakalářská práce. Katedra mediálních studií a žurnalistiky FSS MU, Brno

ŠTĚTKA, V. (2004): Symbolická vymístění, národní identita a (re)konstrukce paměti. *Sociální studia*. 2004 (2), s. 79–91. Praha

ŠTĚTKA, V. (2008): Media Reproduction of Nationalism in the Czech Republic: Routine, Ritual and the Realm of Popular Culture. In: Vašečka, M. (ed.): *Nation Über Alles. Processes of Redefinition and Reconstruction of the Term Nation in Central Europe*. Center for the Research of Ethnicity and Culture, Bratislava, s. 35–57.

THIESSOVÁ, A.-M. (2007): Vytváření národních identit v Evropě 18. až 20. století. Centrum pro studium demokracie a kultury, Brno

TRIANDAFYLLIDOU, A. (1998): *National identity and the 'other'*, *Ethnic and racial studies*, Vol. 21, No. 4, pp. 593-612

VLACHOVÁ, K., ŘEHÁKOVÁ, B. (2004): „Národ, národní identita a národní hrdost v Evropě.“ *Sociologický časopis / Czech Sociological Review* 40 (4): 489–508. ISSN 0038-0288.

VLACHOVÁ, K., ŘEHÁKOVÁ, B. (2004): Česká národní identita po zániku Československa a před vstupem do Evropské unie. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky.

WEBER, E. (2003): The myth of the nation and the creation of the “other”, *Critical Review*, 15:3-4, 387-402

ZELENKA, J. (2016): Sociální bubliny? Společnost se rozděluje. Za desítky let můžeme mít problém, varuje sociolog Hartl. *Lidovky.cz* [online]. © 2020 [cit. 2020-08-08]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/domov/socialni-bubliny-spolecnost-se-rozdeluje-za-desitky-let-muzeme-mit-problem-varuje-sociolog-hartl.A161129_194645_ln_domov_jzl

ZOUHAR, J. (2011): O českém údělu. *Musicologica brunensia*. Brno: Masarykova Univerzita, roč. 46, č. 1–2, s. 159–166. ISSN 1212-0391.

Zdroje dat:

SURVIO (2013): Jak správně vytvořit dotazník 2 – Otázky v dotazníku.

Dostupné z: <https://www.survio.com/cs/blog/jak-spravne-vytvorit-dotaznik-2-otazky-v-dotazniku/>

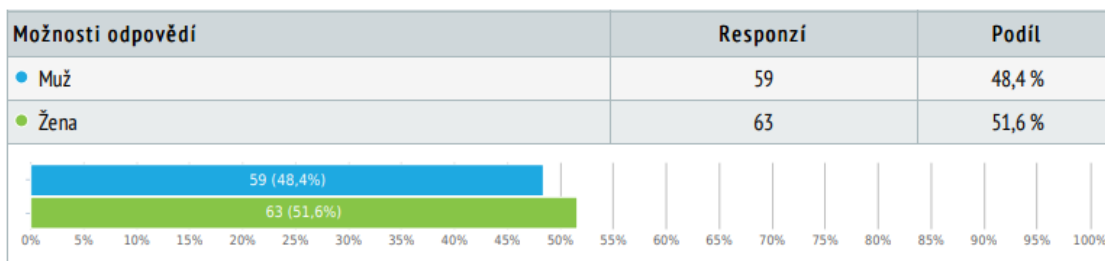
TECHNOPEDIA (2018): Definition - What does a filter bubble mean?

Dostupné z: <https://www.techopedia.com/definition/28556/filter-bubble>

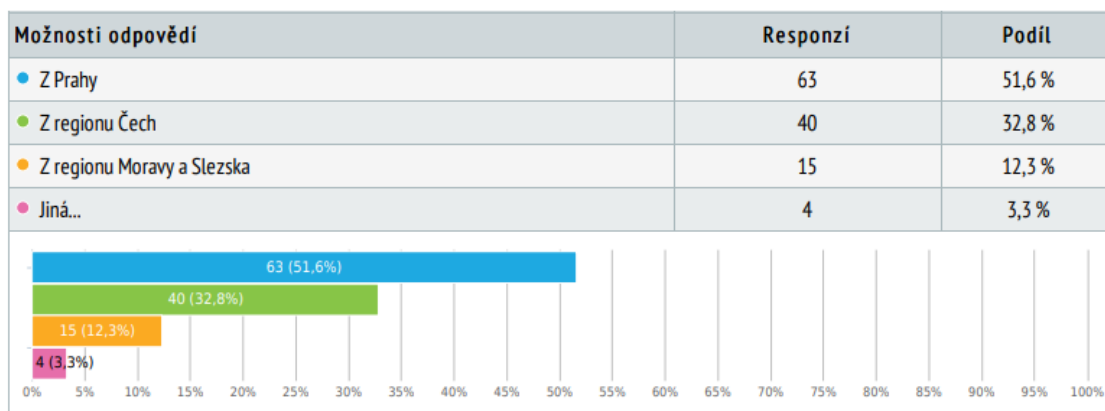
8 Přílohy

Příloha 1: Dotazníkové otázky použity v dotazníkovém šetření

1. Jaké je vaše pohlaví?

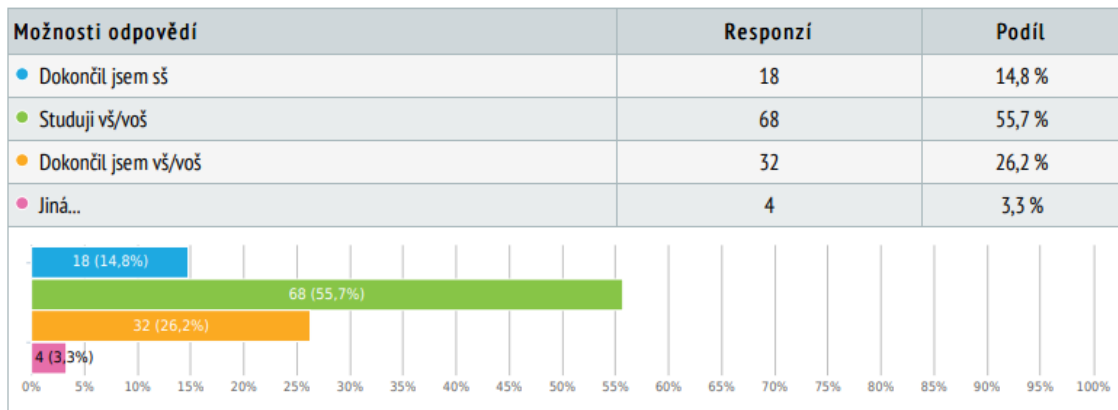


2. Odkud pocházíte?



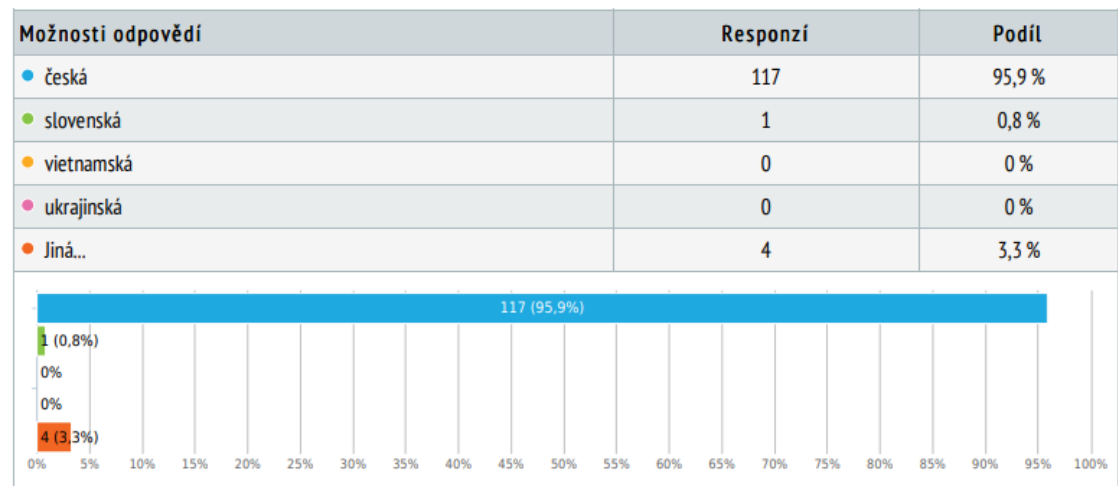
- Slovensko
- mimo ČR
- Z Ruska
- Z Hané

3. Jaké je vaše vzdělání?



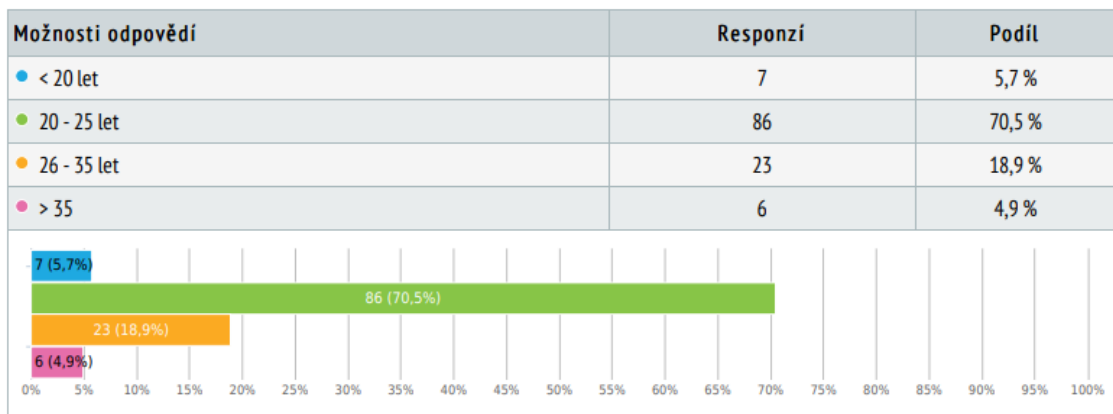
- Studuji sš
- Sš
- studuji sš
- Studuji SŠ

4. Jaká je vaše národnost?

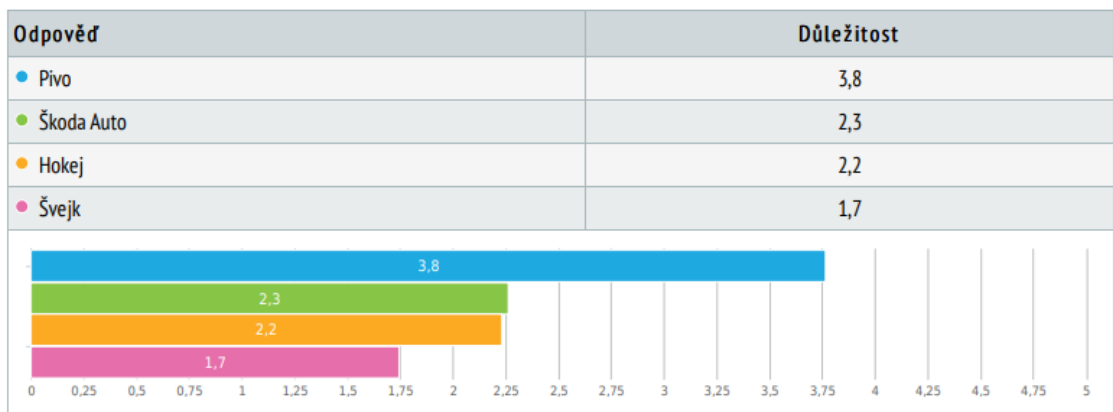


- Irska a ceska
- balkánská
- Ruská
- česká, americká

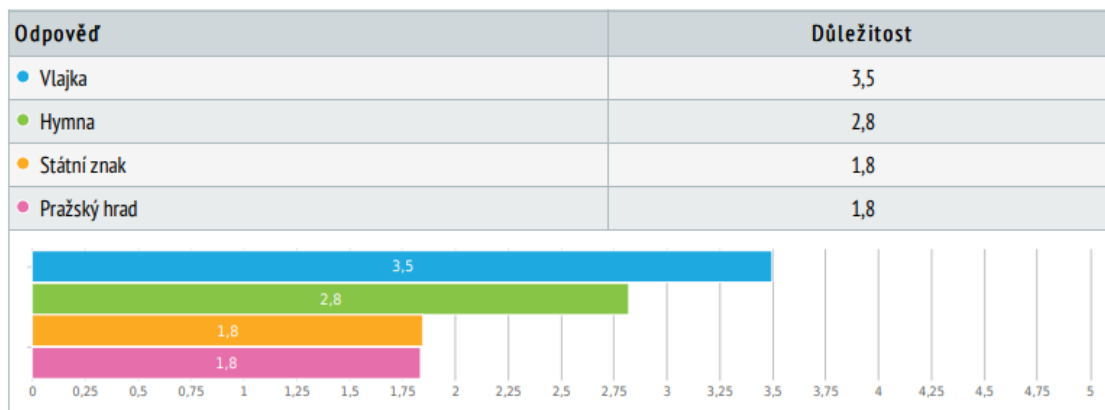
5. Kolik je vám let?



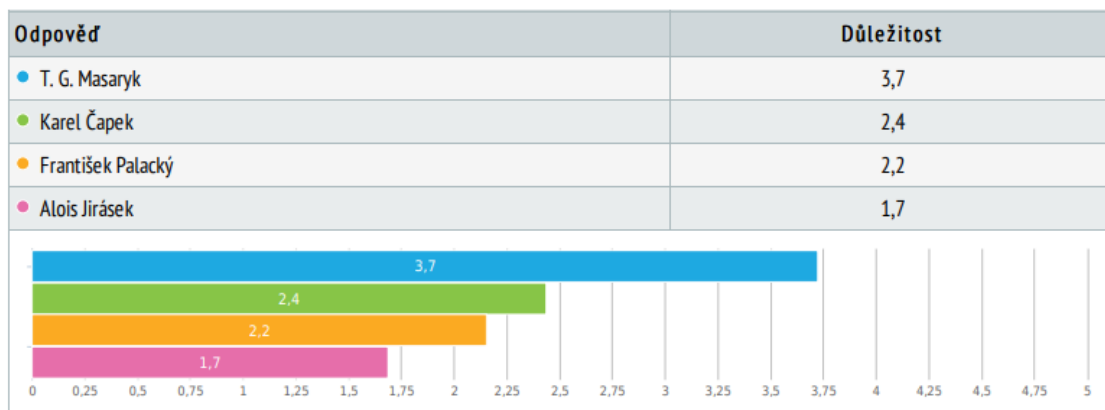
6. Které z následujících kulturních symbolů se podle vás nejvíce vztahují k české identitě?



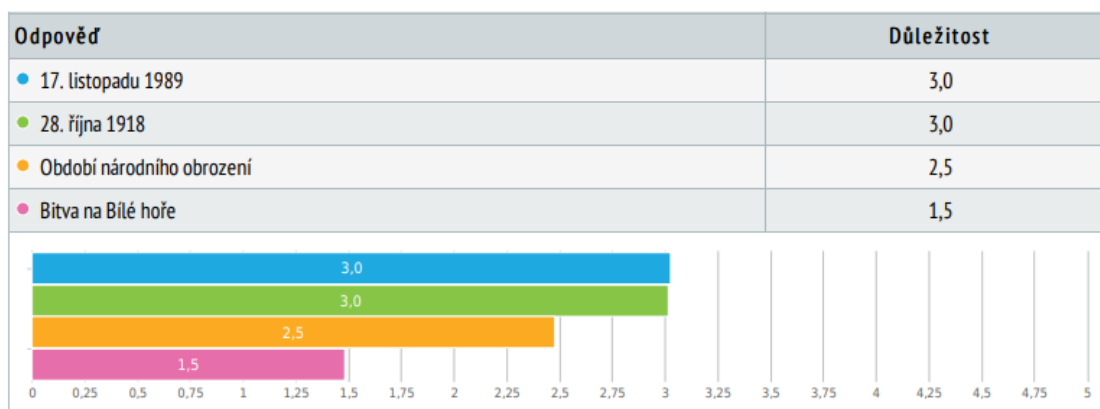
7. Které z následujících oficiálních symbolů se podle vás nejvíce vztahují k české identitě?



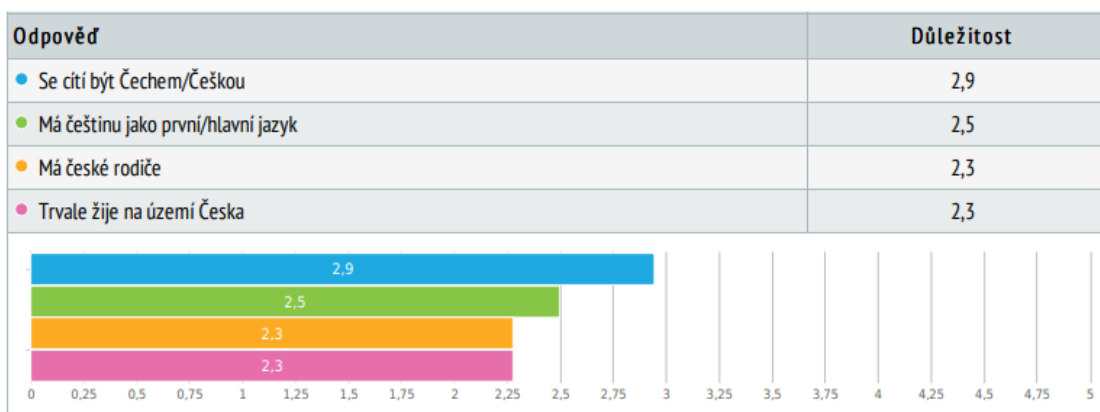
8. Kterou osobnost vnímáte jako nejdůležitější ve vztahu k české identitě?



9. Kterou historickou událost vnímáte jako nejdůležitější ve vztahu k české identitě?



10. Za Čecha/Češku považují toho, kdo:



11. Seřad'te symboly dle toho, jak se vztahují k české identitě

