

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

**Institut komunikačních studií a žurnalistiky
Katedra žurnalistiky**

Diplomová práce

2022

Bc. Jan Křovák

UNIVERZITA KARLOVA

Fakulta sociálních věd

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

**Populismus jako diskurzivní strategie: analýza komunikace
vybraných populistických aktérů na české politické scéně**

**Autor práce: Bc. Jan Křovák
Studijní program: Žurnalistika
Vedoucí práce: Mgr. Jakub Charvát, Ph.D.
Rok obhajoby: 2022**

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval samostatně a použil jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 3. května 2022

Jan Křovák

Bibliografický záznam

KŘOVÁK, Jan. *Populismus jako diskurzivní strategie: analýza komunikace vybraných populistických aktérů na české politické scéně*. Praha, 2022. 109 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce Mgr. Jakub Charvát, Ph.D.

Rozsah práce: 192 356 znaků (včetně mezer)

Abstrakt

Tato práce analyzuje koncept populismu jako diskurzivní strategie. Využívá proto pohled na populistický diskurz, jak o něm ve svých pracích hovoří Ernesto Laclau a další autoři. Autor analyzuje komunikační postupy čtyř vybraných českých politických aktérů na sociálních sítích (Facebooku a Twitteru) v období před volbami do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky v říjnu roku 2021. Pro analýzu si autor vybral zástupce běžně označovaných populistů, tedy bývalého premiéra Andreje Babiše, krajně pravicových populistů, tedy Tomia Okamuru, a pak také dva politiky, kteří zastupují mainstreamové strany – Markétu Pekarovou Adamovou z TOP 09 a Víta Rakušana z hnutí STAN. V teoretické části autor popisuje na základě odborné literatury do hloubky fenomén populismu, uceleným způsobem pak poukazuje na vztah populismu, sociálních sítí, médií a politické komunikace. V praktické části provedl autor takzvanou kritickou diskurzivní analýzu příspěvků zmíněných autorů a následně porovnal jejich praktiky, které zasadil do kontextu populistického narativu popsáno v teoretické části práce.

Abstract

This paper analyses the concept of populism as a discursive strategy. Therefore, it uses the view of populist discourse as discussed by Ernesto Laclau and other authors in their works. The author analyses the communication practices of four selected Czech political actors on social networks (Facebook and Twitter) in the period before the elections to the Chamber of Deputies of the Parliament of the Czech Republic in October 2021. For the analysis, the author chose representatives who are commonly labelled as populists, i.e. former Prime Minister Andrej Babiš, far-right populists, i.e. Tomio Okamura, and then two politicians representing mainstream parties - Markéta Pekarová Adamová from TOP 09 and Vít Rakušan from STAN. In the theoretical part, the author describes in depth the phenomenon of populism on the basis of expert literature, and in a comprehensive way points out the relationship between populism, social networks, media and political communication. In the practical part, the author conducted a so-called critical discursive analysis of posts of the politicians on the above-mentioned social media and then compared their dominant communication practices. The author then places the data and results of the research in context of the populist narrative described in the theoretical part of the thesis.

Klíčová slova

populismus, politika, politická komunikace, sociální sítě, kritická diskurzivní analýza, Andrej Babiš, Tomio Okamura, Vít Rakušan, Markéta Pekarová Adamová

Keywords

populism, politics, political communication, social media, critical discourse analysis, Andrej Babiš, Tomio Okamura, Vít Rakušan, Markéta Pekarová Adamová

Title

Populism as a discursive strategy: An analysis of the communication of selected populist actors in the Czech political arena

Na tomto místě bych rád poděkoval váženému panu doktorovi Jakubu Charvátovi, bez jehož podnětných poznámek a reflexe by práce nikdy nemohla vzniknout. Zároveň bych chtěl poděkovat Kateřině Motyčkové za neutuchající podporu během psaní této práce i celého magisterského studia. Poděkování patří rovněž mé rodině, především pak mému zesnulému otci Jiřímu, který zemřel v březnu 2021. Právě díky němu jsem se rozhodl studovat žurnalistiku a i za to mu budu vždy vděčný.

Obsah

Úvod	2
1. Populismus	5
1.1 Rozdělení populismu	6
1.1.1 Ideový přístup	8
1.1.2 Sociokulturní přístup	10
1.1.3 Politickostrategický přístup	13
2. Populismus a diskurz	16
2.1 Diskurz jako akademický fenomén	17
2.2 Diskurzivní přístup k analýze populismu	21
2.3 Komunikační styl populistů	24
2.3.1 Populismus a média	29
2.3.2 Populismus na sociálních sítích	32
3. Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR v říjnu 2021 a český politický kontext	36
4. Metodologie	40
4.1 Kritická diskurzivní analýza	40
4.2 Vymezení výzkumných otázek a hypotéz	43
4.3 Limity metody a pozice autora	46
5. Praktická část – Analýza komunikace vybraných politických aktérů	48
5.1 Markéta Pekarová Adamová	48
5.2 Tomio Okamura	56
5.3 Vít Rakušan	62
5.4 Andrej Babiš	68
5.5 Srovnání	76
6. Diskuse	82
Závěr	85
Summary	87
Použitá literatura	89
Příloha č.1	101

Úvod

Tato diplomová práce se věnuje fenoménu populistického diskurzu v souvislosti s komunikací vybraných aktérů na sociálních sítích Facebook a Twitter. Autor této práce si pro svůj výzkum vybral podle něj zásadní volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR v říjnu roku 2021, které byly specifické především tím, že probíhaly po více než roce a půl trvající pandemii koronaviru. Ta způsobila řadu ekonomických, sociálních a politických problémů, které se prakticky denně objevovaly v tradičních médiích na předních stránkách novin, v otevíracích článcích online serverů a byla i hlavním tématem televizního vysílání. Sociální sítě přispěly k šíření fenoménu takzvané infodemie, tedy přesycení veřejného prostoru informacemi, k čemuž přispívali právě i političtí aktéři.

Cílem této práce je mimo jiné prozkoumat, zda měla pandemie koronaviru vliv na politický, respektive populistický diskurz. Hlavním cílem je pak ale poukázat na populismus jako na formu diskurzivní strategie. Na populismus lze nahlížet z řady úhlů pohledu, které autor představí v teoretické části práce. Téma si autor vybral především proto, že považuje za důležité zkoumat populismus více neutrálně, nikoliv jako na *a priori* negativní jev.

Přístup k populismu a výzkum samotný v této práci vychází z tradice takzvané Essexské školy, která je známá svým specifickým přístupem k analýze politického diskurzu, u některých autorů pak přímo přístupem ke studiu populismu. Mezi klíčové akademiky, které autor této práce opakovaně cituje, patří Ernesto Laclau a Chantal Mouffeová. Ti popisovali populismus jako diskurzivní strategii už v 70. a 80. letech minulého století. Autor pak navazuje také na řadu modernějších autorů (e.g. Katsambekis, 2020, Manucci, 2017 nebo Ostiguy, 2017), kteří se přiklání k analýze populismu jako formy diskurzu, který je pouze určitým způsobem spojen s nějakou ideologií. Varují právě před tím, aby byl populismus brán jako čistě záporný jev, který narušuje politickou etiku a formálně nastavená pravidla politické korektnosti. Je to podle nich totiž právě ideologie spojená s populistickým diskurzem, která rozhoduje o tom, zda jde o jev negativní, neutrální, či dokonce v některých případech i pozitivní, jak autor rovněž popíše v teoretické části.

Zásadním přínosem pak má být doplnění existujícího poznání o populistické komunikaci, rozšíření poznatků týkajících se populismu a sociálních sítí a v neposlední řadě pak ukázat, že

určitou formu populismu ve svém narativu používají všichni vybraní političtí aktéři. Dva z nich jsou v médiích běžně za populisty označováni (Tomio Okamura a Andrej Babiš) a druzí dva jsou naopak členy mainstreamových stran (Markéta Pekarová Adamová a Vít Rakušan).

Pro výběr každého z aktérů má autor této práce konkrétní důvod. Jednak jde o zástupce všech čtyř subjektů, které se do sněmovny ve volbách dostaly (hnutí ANO, Svoboda a přímá demokracie, koalice SPOLU – ODS, KDU-ČSL a TOP 09 a druhá koalice, tedy Pirátů a Starostů a nezávislých). Zároveň jde o úspěšné předsedy a předsedkyni stran či hnutí¹ a také vždy o zástupce alespoň částečně ideologicky jinak zaměřených subjektů. Autor předpokládá, že jejich komunikace a forma využívání sociálních sítí se bude ve srovnání lišit. Jedním z důležitých aspektů výběru zaměření diplomové práce byla také autorova praktická znalost diskurzu vybraných aktérů. Jednou z hlavních hypotéz této práce je především předpoklad, že se určitá forma populistického diskurzu objeví u každého z těchto čtyř zástupců českých politických subjektů.

Pro samotný výzkum byla použita takzvaná kritická diskurzivní analýza. Autor analyzoval každého z uvedených aktérů nejprve zvlášť, aby si čtenář dokázal představit konkrétní prvky komunikace jednotlivých aktérů právě na sociálních sítích. Zásadní je pak z hlediska přínosu této práce oddíl *Srovnání*, kde dochází k porovnání diskurzivní strategie vybraných politiků.

Autor považuje vybrané téma za velmi relevantní z několika důvodů. Tím hlavním je interdisciplinarita tématu, mimo jiné proto, že politický diskurz obecně výrazně ovlivňuje ten mediální, respektive aktéři v politické aréně mají přímé vazby na obsah zpravodajských médií. Rozšíření porozumění fenoménu populismu může podle autorova názoru přínosné jak pro akademickou obec, tak pro novináře a novinářky, pro politické aktéry, ale v neposlední řadě také pro veřejnost. Novináři zcela běžně označují populismus za jednoznačně negativní fenomén, s čímž autor v této práci v návaznosti na poznatky dřívější a své vlastní polemizuje. Další důvod, proč autor považuje téma za velmi relevantní, je vazba na české politické prostředí a souvislost s posledními volbami do dolní komory parlamentu. V neposlední řadě se pak autor domnívá, že práce nabízí dosud neprovedené srovnání čtyř takto odlišných politiků. Obvykle se akademici zaměřují pouze na jednotlivé aktéry, v souvislosti s populismem pak spíše na takové, které za populisty označují právě novináři nebo veřejnost (e.g. Chovanec, 2020). Autor

¹ Například Piráti získali jen čtyři mandáty, proto autor nevybral například Ivana Bartoše z České pirátské strany.

v závěru nabízí potenciální možnosti dalšího navazujícího výzkumu, který by analýzu z této práce rozšířil a doplnil.

1. Populismus

Populismus jako takový je podle mnohých odborníků poměrně složitě vymežitelný pojem. Jeho popularitu nicméně jasně ilustruje mimo jiné i to, že bylo slovo *populismus* v roce 2017 vybráno slovem roku Cambridgeského slovníku. Různé přístupy k populismu se velmi liší v tom, jak tento fenomén následně lze či nelze analyzovat, a také v tom, koho lze vlastně za populistu označit. Podle jednoho z největších odborníků na studium tohoto fenoménu Case Muddeho se lze na populismus dívat jako na ideologii, souhrn myšlenek, hnutí, ale také jako na politickou, komunikační, či dokonce diskurzivní strategii (2017, s. 1). Autor této práce se bude zabývat především posledním zmíněným přístupem. Vědci se domnívají, že právě definice populismu a možnost komparace nejen v národním měřítku, ale i v tom mezinárodním, je pro další budoucí výzkum naprosto klíčová (Manucci, 2017, s. 483). Mudde (2004, s. 543) definuje populismus v takzvaném ideovém přístupu jako „ideologii, která považuje společnost v konečném důsledku za rozdělenou na dvě homogenní části, antagonistické skupiny: *čistý lid* versus *zkorumpovaná elita*. Jeho definice pak tvrdí, že „politika by měla být vedena vůlí lidu“. Základním prvkem populismu je podle řady odborníků také „charismatický lídr“, tedy jedna silná postava (ať už se jedná o předsedu politického subjektu, nebo o individuálního aktéra), která sama zajistí většinu volebního úspěchu. Populismus ale může být označován také za pouze určitý „politický folklor“ s cílem zaujmout elektorát (Ostiguy, 2017) či za cílenou politickou strategii (Weyland, 2017). Autor se pak bude nejvíce zabývat přístupem diskurzivním, který je podle mnoha odborníků (de Vreese, 2017; Reinemann, 2020; Katsambekis, 2020) jediným, který lze využít pro skutečnou komparativní analýzu bez ohledu na ideologii daného politického subjektu. Současní výzkumníci, kteří inklinují k poslednímu zmíněnému přístupu, následují odkaz argentinského filozofa Ernesta Laclaua, který s konceptem populismu jako diskurzivní strategie přišel již v roce 1977. Odborníci na studium populismu upozorňují, že tento fenomén rozhodně není ničím novým, ani se neobjevil v posledních několika letech. Je naopak velmi výrazně historicky zakořeněn a přítomen byl v různých obměnách od dob velmi dávných (Hawkins & Rovira Kaltwasser, 2017, s. 528).

V západních demokraciích včetně České republiky dosahují politici, kteří jsou za populisty nejčastěji označováni, poměrně výrazných úspěchů. Tyto úspěchy jsou však často relativně výrazně omezeny vstupem do sněmovny, málokde však „klasičtí populisté“ dosahují skutečně nejvyšších pozic (de Vreese, 2017, s. 3), ačkoliv samozřejmě mohou být součástí koalice.

Výjimky ale existují i na místech nejvyšších, mimo jiné se podle de Vreese jednalo například o někdejšího amerického prezidenta Donalda Trumpa, který byl „ukázkovým populistou“ (Ibid.). V České republice se pak premiérem stal Andrej Babiš, který také bývá za „klasického populistu“ označován. V dalších částech práce bude autor specifikovat, proč si vybral právě diskurzivní přístup k problematice populismu, který bude v praktické části ilustrovat na komunikaci vybraných aktérů z české politické scény. Političtí aktéři, které si vybral autor této práce, tedy Andrej Babiš, Tomio Okamura, Vít Rakušan a Markéta Pekarová Adamová, se totiž v diskurzivní rovině ve sledovaném období před volbami v roce 2021 dopouštěli, podle autorova názoru, v menší či větší míře populistické rétoriky.

1.1 Rozdělení populismu

Populismus nemá podle odborníků žádnou „mateřskou ideologii“. To lze ilustrovat na tom, že sledujeme jak pravicový, tak levicový populismus, respektive populisticky se chovají političtí aktéři a hnutí napříč tradičním pravolevým spektrem (Mudde & Rovira Kaltwasser, 2018, s. 1671). Pravicový populismus, tvrdí Mudde a Rovira Kaltwasser, je založen spíše na národoveckých principech a etnicitě (odpor k islámu, ale také antisemitismus, rasismus, xenofobie a tak dále), zatímco ten levicový směřuje spíše na „socialistické citění a společné, veřejné blaho“. Studie, které by se týkaly dopadu populismu na veřejnost, do nedávna chyběly. Obecně se populismus často přisuzuje především „krajně pravicovým či krajně levicovým stranám“, což je ale velmi zjednodušující a nikoliv zcela pravdivé. Jak totiž uvádí mimo jiné Duncan McDonnell a Daniele Albertazzi (2007, s. 3), voliči stran, které se vyznačují populistickými prvky, často nepatří k příznivcům krajně pravicové či krajně levicové ideologie, často spíše naopak. Populisté navíc nemusí podle zmíněných autorů být odpůrci stávajícího režimu ani bojovníci proti liberální demokracii. Populismus totiž více než cokoliv, říkají McDonnell a Albertazzi, volá po jednotě mezi lidmi, což je naprostý opak například fašismu nebo nacionálního socialismu. Jednotná veřejnost má pak bojovat proti zkorumpovaným elitám nebo proti jinému společnému nepříteli. Ostiguy (2017, s. 80) navíc upozorňuje, že sociální identita se nemusí zdaleka protínat s politickou identitou, respektive nemusí sdílet stejné prvky. „Nadměrné pití a s ním spojený hluk v hospodách je rys spojovaný s pracující třídou, ale rozhodně ne například s labouristy ani s dalšími levicovými subjekty,” píše Ostiguy (Ibid.).

De Vreese (2017, s. 3) přichází se třemi základními prvky, které ohraničují populismus v jeho obecné podobě. Tyto prvky mohou, ale nemusí být přítomny všechny najednou. Základním

společným prvkem je odkazování se na takzvaný *vox populi*, tedy *hlas lidu*. Tento prvek je podle Laclaua (2005, s. 169) přítomný mezi všemi populisty a dává mimo jiné vzniknout názvu fenoménu, který v této práci autor analyzuje.² Pokud se jedná o jediný prvek, který je u daného aktéra přítomen, nazývá se tento fenomén *prázdným populismem*. Druhým zásadním komponentem populismu je pak zmíněný boj s elitami ve smyslu *dobry lid versus zlé elity*, které si uzurpují moc a utlačují veřejnost. Pokud jsou přítomny zmíněné dva prvky, tedy odkazování se na *hlas lidu* a nenávisť k elitám, jedná se o takzvaný *antielitářský populismus*. Třetím prvkem je pak podle De Vreese „exkluze členů společnosti, kteří nepatří do naší (sociální) skupiny“. Autor pak upozorňuje na to, že vyčleňovat nemusí populisté jen migranty (či některá etnika), o čemž se v poslední době mluví nejčastěji, ale například i homosexuály a další sociální skupiny. V posledních letech se pak může exkluze týkat lidí, kteří mají opačný názor na pandemii koronaviru. Pokud jsou v populistickém diskurzu přítomny všechny tři tyto prvky, hovoříme o takzvaném *kompletním populismu*.

Populismus je specifický mimo jiné tím, že přichází často s velmi bojovou rétorikou (té se budeme více věnovat dále), populističtí političtí aktéři se často pasují do pozice spásného hnutí, které přišlo zachránit zemi od zkorumpovaného vedení. Populistická politika „není běžná, rutinní politika. Má příchut' obrodného hnutí a s touto náladou je spojena tendence ke zvýšeným emocím, které se upínají k charismatickému vůdci“ (Canovanová, 1999, s. 6). Stejná autorka pak hovoří o tom, že je možné vymezit konkrétní odnože populismu, ale definovat tento fenomén obecně a pro všechny přijatelně je víceméně nemožné (Canovanová, 1981). Hovoří tak například o rolnickém populismu, diktátorském populismu, demokratickém populismu či populismu reakčním. Celkem lze podle ní vysledovat sedm typů populismu, které lze více méně vymezit, tuto typologii pak dělí obecněji na takzvaný agrární populismus a politický populismus (Ibid.). Canovanová nicméně v tomto ohledu sklídila kritiku právě za to, že se nesnažila dobrat se všeobecného „jádra populismu“, nepodala tedy definici, která by byla zobecnitelná a všeobecně platná (e.g. Taggart, 2000, s. 18). Laclau (2005, s. 117) však naopak tvrdí, že každý, kdo by se pokusil vytvořit univerzální definici populismu, bude zavalen „lavinou výjimek“, které pro jeho konkrétní pojetí nebudou platné. Sheri Bermanová ve své stati píše o tom, že populismus se objevuje často v liberálních režimech, které postrádají některé demokratické prvky (často se může jednat například o chybějící prvky přímé demokracie,

² populismus z latinského výrazu *populus* = lid

například institut referenda). Autorka totiž tvrdí, že liberalismus bez demokracie může velmi rychle tíhnout k oligarchizaci či technokratizaci (Bermanová, 2017, s. 30). Mudde a Rovira Kaltwasser (2018, s. 1670) pak tvrdí, že populismus je v mnoha případech „neliberálně demokratickou reakcí na nedemokratický liberalismus”.

Přístup ke studiu populismu se může výrazně lišit a proměňoval se i v čase. Podle Muddeho a Kaltwassera (s. 1669) lze sledovat tři základní přístupy k populismu (ideový, sociokulturní a politickostrategický) a čtvrtý, takzvaný diskurzivní, kterému se bude autor věnovat nejpodrobněji.

1.1.1 Ideový přístup

První možností je už zmíněný ideový přístup. Ten mimo jiné pracuje s pojmy jako ideologie, lid, elita a všeobecná vůle (veřejné mínění)³. Na těchto pojmech pak „nesmyslně a bez jakéhokoli důkazu političtí aktéři staví svou politiku, když tvrdí, že lidé jsou ze své podstaty ‚čistí‘ a dobří, zatímco elity jsou ‚nečisté‘ a zkorumpované” (Mudde, 2017, s. 9). Klíčovým významem tohoto přístupu je pak „respektování suverenity lidu za každou cenu”. Ideový přístup nicméně vede k tomu, že ho nelze studovat zcela izolovaně, ale spíše v kombinaci s dalšími ideologiemi, které jsou klíčové pro vytvoření dostatečného programového spektra daného politického hnutí. Mudde a Kaltwasser v jiné práci (2012, s. 16) ale varují před tím, aby se populismus označoval *a priori* za špatný, nebo dobrý, nicméně empirickým výzkumem lze podle nich analyzovat, zda má populistická politika v daných režimech pozitivní, nebo negativní důsledky.

Sartori (1970, s. 1033) tvrdí, že jeden z hlavních problémů nejen populismu, ale obecně všech definic v sociálních vědách, je ten, že jsou formulovány v určitém kontextu, ale nikoliv jako všeobecně platné teze. Cas Mudde (2017, s. 8) uvádí, že ideový přístup má čtyři základní výhody: rozlišitelnost (víme, že existuje „nepopulismus”), všestrannost (můžeme ho aplikovat na různých úrovních analýzy), univerzální užití napříč časem a prostorem a v neposlední řadě má určitou formu kategorizace (vytvoření logické taxonomie). Klíčový rozdíl mezi Laclauovým diskurzivním přístupem a tím ideovým je podle Muddeho (s. 40) ten, že Laclau na populismus nahlíží příliš abstraktně a odmítá se zabývat konkrétní definicí, zatímco podporovatelé ideového přístupu nabízí přímé prvky, které nabízí možnost komparace.

³ v originále *general will*

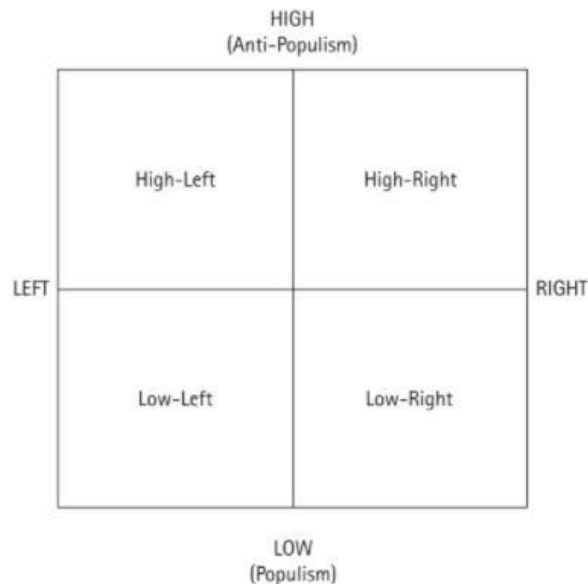
Hawkins a Rovira Kaltwasser (2017, s. 514) tvrdí, že populismus existuje v rámci širšího politického rámce, do kterého řadí ještě elitarismus a pluralismus. Tyto směry jsou podle zmíněných autorů přímými protipóly populismu, respektive ideového přístupu k tomuto fenoménu. Zatímco populismus vidí politiku jako boj dobrého lidu proti *d'ábelským, vševědoucím a všepřítomným elitám* (Hofstadter, 1965), elitarismus naopak vidí elity (jde o široce definovatelný pojem zahrnující jak finanční kapitál, tak ten kulturní a tak dále) jako ty jediné správné. Pluralismus je pak opakem v tom, že vidí sílu v *neredukované* mnohosti a rozmanitosti (Hawkins & Rovira Kaltwasser, 2017, s. 514). Ideový přístup ke studiu populismu na rozdíl od jiných přístupů zásadně nepřeceňuje roli lídra daného politického subjektu (zároveň se snaží vyhnout i jejímu podceňování), nepřeceňuje ani chování populistů na veřejnosti, viz dále v podkapitole o sociokulturním přístupu (Mudde, 2017, s. 40). Ideový přístup pak považuje za klíčové analyzovat obě strany populismu, tedy jak na straně nabídky (jakým způsobem populisté šíří své myšlenky), tak na straně poptávky (jakým způsobem na tuto nabídku odpovídá elektorát). Na rozdíl od analýzy nabídkové části populismu, jak bylo zmíněno výše, je analýza dopadů populismu mnohem novější a velmi problematická. Průkopníkem *analýzy poptávky* po populismu byl opakovaně právě Kirk Hawkins, nejvíce však studium rozšířila Agnes Akkermanová (et al., 2014). Zásadní limit v dotazníkovém šetření dopadů populismu je takzvaná *spirála mlčení*, tedy koncept, který tvrdí, že pro lidi je velmi problematické veřejně hovořit o svých názorech, zvláště pak o těch, které nejsou považovány za všeobecný sociální konsenzus (Noelle-Neumannová, 1974). Právě v průzkumech o dopadech populismu přitom mohou být výsledky velmi zkreslené právě tím, že lidé odmítnou veřejně přiznat, že na ně populistická rétorika působí.

Hawkins a Rovira Kaltwasser (2017, s. 536) připomínají, že politologie velmi často sklouzává k ekonomickému pohledu na politiku, kdy jednotlivé lidi vidí jen jako konzumenty a politické aktéry jako někoho, kdo chce buď maximalizovat počet hlasů, nebo zvýšit své bohatství a moc. Podle těchto autorů „populismus může představovat upřímné názory, za kterými si stojí ze skutečných ideových (filozofických) důvodů“ (Ibid.). Cílem ideového přístupu je tak seriózní náhled na populistické myšlenky a snaha o pochopení jejich logiky za účelem zkultivování jak politického, tak akademického prostředí. Ideový přístup však podle mnohých kritiků nenabízí širší možnosti komparativního výzkumu, které poskytuje diskurzivní přístup k výzkumu populismu (e.g. Katsambekis, 2020, s. 1). Tomu se budeme více věnovat v dalších kapitolách.

1.1.2 Sociokulturní přístup

Dalším typem nahlížení na populismus je takzvaný sociokulturní přístup, který definuje ve své práci významný akademik Pierre Ostiguy (2017). Ten považuje populismus za specifický styl politiky, kdy se klíčové osobnosti politických subjektů (obvykle jejich lídři) „chovají nevhodně a porušují společenská tabu s cílem navázat kontakt s určitým spektrem elektorátu” (Ostiguy, 2017, s. 86). Tento přístup se navíc věnuje i tomu, jak je populismus přijímán veřejností, což je prvek, který u Muddeho ideového přístupu či u Weylandova politickostrategického přístupu obvykle nenajdeme. Charakteristický pro tento přístup je specifický vztah populistických politických aktérů s určitými sociálními otázkami. Tento vztah je „artikulován komunikačními prostředky nízké úrovně. Jde o jev, který lze definovat několika slovy: Vychloubání se nízkou úrovní”. Nízkou úrovní se myslí komunikace, dodržování pravidel (psaných i nepsaných) a celkově porušování jakési predepsané i nepsané kultury, kterou by političtí aktéři měli v teoretické rovině dodržovat (s. 74). Podobně jako výše zmínění Cas Mudde a Rovira Kaltwasser ani Ostiguy není zastáncem označování populismu čistě negativně. „Nezlehčuji možné (negativní) dopady populismu, ale zároveň rozhodně neoznačuji populismus za manipulaci či demagogii,” píše Ostiguy (Ibid.). Sociokulturní přístup je v jeho podání obousměrný, tedy zaměřený především na propojení mezi politiky a jejich (potenciálními) podporovateli. Podle něj je však populismus vždy antielitářský (s. 93), jen definice toho, co lze považovat (co daný populistický aktér považuje) za elitu, se podle něj liší.

Ostiguy ve svém textu (2017, s. 75), v němž sociokulturní přístup definuje, rozlišuje dvě, respektive čtyři základní dimenze. Tou první je klasické dělení politiky na pravicovou a levicovou. V druhé řadě pak na takzvanou vysokou (high) a nízkou (low) – viz graf č.1. Populisté patří do kategorie nízké politiky, ať už jde o pravicového či levicového politického aktéra, či hnutí. Naopak takzvanou „vysokou” politikou Ostiguy rozumí takzvané antipopulisty (Ibid.). Populisté ve smyslu nízké politiky jsou podle něj takzvanými *enfants terribles* (s. 93) politických scén napříč celým světem, vyznačují se výraznou transgresivitou a porušují psaná i nepsaná pravidla politiky.



Graf č. 1 – Dimenze politiky v sociokulturním přístupu podle Ostiguye

Do této kategorie by jednoznačně z politických aktérů vybraných pro tuto práci spadali Tomio Okamura (pravicová, nízká politika) a Andrej Babiš, u kterého už ale nastává problém, na který upozorňuje i Ostiguy, tedy že mnoho politiků nelze zcela přesně zařadit do konkrétní kategorie, jako by to víceméně šlo u Tomia Okamury. Andrej Babiš má bezpochyby populistické sklony a jeho politika i forma komunikace je z kategorie nízkých, ovšem na klasickém pravolevém spektru ho nelze přesně zařadit. Ostiguy proto vybízí k tomu, aby se k populismu přistupovalo na určité škále, stejně jako na pravolevém spektru, kde se dnes již vžilo označení středopravicové, středolevicové či naopak krajně pravicové či krajně levicové strany (s. 89). Naopak mezi takzvané vysoké politiky bychom mohli, pokud bychom přistoupili na klasické kategorické dělení, zařadit Víta Rakušana i Markétu Pekarovou Adamovou. Jenže v tom právě Ostiguy spatřuje zásadní problém a obdobně se k němu přidávají i autoři, kteří podporují spíše zmiňovaný diskurzivní přístup (Chovanec, 2020, De Cleen & Stavrakakis, 2017 nebo Jagers & Walgrave, 2007). Prvky populismu mohou totiž být přítomny právě i v diskurzu politiků, kteří by v základním dělení mohli být označeni za příslušníky „vysoké politiky“.

Ostiguy přitom ve své práci také hovoří o tom, pro kterou část *lidu* vlastně populisté slouží a která část naopak podobný styl politiky dosti vyžaduje. Definice slova *lid* je přitom poměrně složitá. Canovanová (1999, s. 3–5) naznačuje, že *lid* může být část obyvatel dané země, v jiném smyslu zase takzvaný *plebs* nebo prostě jen lidé obecně v dané zemi. Podle autorky však může jít také o specifický národní význam, například *llaneros*, což je tvrdě pracující třída ve

Venezuele nebo američtí farmáři. Ostiguy (2017, s. 81) se poměrně oprávněně domnívá (dávají mu totiž za pravdu i další autoři), že v centru pozornosti populistů je právě tato „tvrdě pracující třída“, jíž chce někdo (obvykle *zlotřilá elita*) ukrást její možnosti. Dělení zdánlivých nepřátel zmíněné pracující, spíše méně vzdělané třídy je podle Ostiguye poměrně jednoduché. Dělí se na *zlovolnou menšinu* (mohou to být bohatí lidé, ale třeba také Židé a jiné skupiny), *globální velmoci* (korporace, ale i další uskupení) a na závěr *vláda*, která ve spolupráci s předchozími dvěma skupinami podle populistů neustále okrádá *lid* o peníze i příležitosti k růstu (s. 76).

„S klasickým populistou,“ píše Ostiguy (s. 80) „se člověk musí dokázat ztotožnit (musí se tedy chovat jako běžný *člověk z lidu*). Zároveň jsou ale populisté pro nižší třídu jakýmsi ideálním vzorem, který ale musí zůstat přístupný.“ I proto se podle něj populističtí aktéři chovají často jako postavy z telenovel, jsou hrubí, sprostí a zákeřní. Ostiguy ve spolupráci s dalším odborníkem na studium populismu Benjaminem Moffitem (2020, s. 48) kritizují Laclauův diskurzivní přístup především v tom, že vynechává další aspekty, které k populismu patří, jako je například teatrální chování a tak podobně. Ve své společné práci hovoří o sociokulturním přístupu také jako o *relačně performativním přístupu* ke studiu populismu. Canovanová (1999, s. 15) tvrdí, že populisté dokáží zaujmout a v důsledku reprezentovat „lid“, respektive *vox populi*, právě díky tomu, že jednají osobně a bezprostředně. Vyvolávají tak velký (a především hlasitý) zájem jak od voličů (pozitivní), tak z médií (obvykle spíše negativní). Političtí aktéři z takzvané vysoké politiky také mohou podle Ostiguye (2017, s. 83) sklízet pozitivní reakce, ty ale nejsou tak hlasité, a proto častěji mohou působit méně nadšeně. Populisté svým vystupováním skutečně působí jako „člověk z lidu“, zatímco seriózní politici mohou v kontrastu působit odtažitě, až byrokraticky. Ostiguy přirovnává tento stav k metafoře, kterou proslul světoznámý antropolog Claude Lévi-Strauss (1983) o „vařeném mase pro chudinu“ a „pečeném mase pro bohaté“. Historicky i v českých zemích bylo skutečně vařené maso jídlem chudých, zatímco šlechta považovala za znak svého vyššího postavení maso pečené.

Ostiguy tvrdí, že populisté mají u nižší třídy takový úspěch, protože jí nabízejí to, po čem touží – tvrdou rétoriku a boj s elitami. I to je odpověď, shodují se Ostiguy a Moffitt (2020), na otázku, proč může být v podstatě „prázdný politický představitel“ tak úspěšný. Populisté totiž úspěšně pracují s takzvaným *kulturním kapitálem* (Bourdieu, 1979), tedy „institucionalizovanými a široce sdílenými kulturními signály, používanými jako nástroji sociální a kulturní exkluze“ (Lamont & Lareau, 1988). Veškerou svou činnost populisté podle Ostiguye směřují právě k té

části populace, u které vědí, že na ni agresivní vystupování, překračování hranic slušného chování a prázdné sliby budou platit.

Ostiguy (2017, s. 92) polemizuje s Weylandem a Muddem a tvrdí, že populismus je dvousměrný fenomén, jehož úspěch závisí na mnoha proměnných včetně nutnosti porozumění společnosti a cílové skupiny, kterou chce populista zaujmout. Na čem se ale shoduje Ostiguy s Muddem (2004, s. 558), je to, že populistická hnutí potřebují „okázalého lídra, který bude spíše lidi chápat než jim naslouchat, který splní všechna jejich přání“. Klíčovými pojmy, kterými lze uzavřít tuto podkapitolu, jsou tedy *vzájemné vztahy mezi lidem* a populisty a také populismus jako *show, okázalé představení plné transgresivity a agresivity*, kterou nižší (tvrdě pracující) třída vyhledává a považuje ji za „správně bojovné a chlapské“. Proto Ostiguy a Moffitt (2020) označují tento přístup také za *relačně performativní*. Autor této práce v dalších kapitolách naznačí, proč mu pro komparaci nepřijde tento přístup jako ideální, ačkoliv mu nelze upřít mnoho podnětných myšlenek.

1.1.3 Politickostrategický přístup

Přímo v knize *The Oxford Handbook of Populism* (2017) s Muddem a Ostiguyem polemizuje Kurt Weyland, který přichází s vlastním přístupem k analýze populismu, tedy takzvaným politickostrategickým přístupem. Ten se charakterizuje přísnějším vymezením populismu, než jaký zaujímají oba předchozí autoři v takzvaném ideovém a sociokulturním (relačně performativním) přístupu či autoři vyznávající zmiňovaný diskurzivní náhled. Weyland už ve svých dřívějších pracích (e.g. 2001) definuje politickostrategický přístup jako „politickou strategii, skrze níž se politik snaží získat vládu či přímo vládne na základě přímé, bezprostřední, neinstitucionalizované podpory velkého množství často neorganizovaných lidí“ (s. 14). Podle Weylanda (2017, s. 50) se tento přístup nezabývá do takové míry tím, co populisté říkají, ale tím, co skutečně dělají.

Dva základní stavební kameny populismu, tvrdí Weyland (Ibid.), spočívají jednak v silném lídrovi, tedy takovém politickém aktérovi, který dokáže sjednotit velké masy lidí tím, že bude „jedním z nich“. V druhé řadě pak v tom, že rozhodující moc vychází z *lidu*, a nikoliv z něčeho, čemu Weyland říká „těžká váha“ (například ekonomické prostředky nebo vojenská podpora). Získat masovou podporu je pro politické aktéry běžně velký problém, neboť dnešní společnosti jsou výrazně polarizované a amorfní. Populističtí lídři tak *lid* (o problematice vymezení tohoto

pojmu jsme hovořili v předchozí podkapitole) povolávají k různým *heroickým výkonům pro dobro společnosti*, mobilizují ho v kampaních, v nichž opakovaně hovoří o „vůli lidu“, který stojí nad vším ostatním. Využívají tak klasickou politiku strachu, o níž v souvislosti s atentátem z 11. září 2001 píše například David Altheide (2006).

K zisku, udržení a rozšiřování popularity nestačí u amorfni, nejednotné masy obyvatelstva pouze dobrý program, zapotřebí je silný lídr, který reprezentuje *lid* jako celek (Weyland, 2017, s. 58) K tomu populisté využívají mimo jiné kvazipřímé jednání a heslo: *Jeden člověk, jeden hlas*. I jiní akademici se kloní k myšlence, že pokud jsou lidé přesvědčeni o spasitelských či mesiášských schopnostech politika, tím spíše mu jsou ochotni nabídnout trvající, nehynoucí oddanost (e.g. Zúquete, 2017, s. 10). Weyland (2017, s. 58) popisuje jako typického populistu někdejšího venezuelského prezidenta Huga Cháveze, který byl „dokonalým oportunistickým lídrem, který nacházel masivní podporu u chudých obyvatel“. Chávez dokázal svým způsobem s lidem splynout a nižší třída na masivních shromážděních volala heslo: *Chávez je lid, lid je Chávez* (Ibid.).

V dnešní době už jsou, jak píše Weyland (Ibid.), zmíněné obrovské pochody a protesty ve jménu některého z populistických lídrů spíše na okraji zájmu. V minulosti byly klíčovou složkou manifestace moci a masivní podpory, kterou se populistickým aktérům podařilo získat. Tuto roli však v současnosti nahrazují průzkumy veřejného mínění. Skvělým nástrojem, jak si ukážeme v dalších kapitolách, jsou pro populisty média v čele s televizí a v posledních letech hlavně sociální sítě, kterým se autor v této práci věnuje. Politici takto mohou být se svými voliči ve (kvazi) přímém kontaktu na denní bázi, což je klíčové nejen pro zisk, ale i pro udržení podpory mezi voliči, neboť u hnutí, která jsou založena spíše na jednom silném lídrovi než na kvalitním programu a která nemají historicky vytvořené voličské jádro, se může podpora bez denního kontaktu rychle vytratit.

Weyland se domnívá, že jádrem populismu není klasická manicheánská opozice *my vs. oni* (s. 59), ale spíše oportunismus a ochota měnit své postoje a názory ve chvíli, kdy se změní okolnosti a nálada ve společnosti. Proto je Weyland striktnější ve vymezení pojmu *populismus*, kdy z něj vyrazuje především krajně pravicová hnutí, která podle něj neodpovídají oportunistické definici populismu. „Je sice pravda, že extremisté sice ve snaze získat podporu oslovují *lid*, jde ale o zcela jiný *lid*, než jaký oslovují populisté. Jde jen o velice úzkou část

populace, která smýšlí stejně ideologicky. Příslušníci extrémní pravice nejsou ochotni jednoduše změnit své názory, jako to dělají populisté,” tvrdí Weyland (2017, s. 62). Mezi takové politické aktéry řadí například francouzskou političku a oponentku současného prezidenta Emmanuela Macrona Marine Le Penovou a jejího otce Jeana-Marie Le Pena či rakouského politika Jörga Haidera. Z této práce by do stejné skupiny spadl Tomio Okamura.

I s ohledem na výše zmíněné omezení je podle Weylanda v Evropě klasických populistů jen velmi málo a obvykle podle něj spíše paběrkují na hranici vstupu do sněmovny. *Lid* v širokém slova smyslu totiž v Evropě podle něj už oslovují sociální demokraté, lidovci nebo křesťanští demokraté a těmto historicky často velmi silně zakořeněným stranám je těžké hlasy přebrat (s. 61). Naopak ideální jsou podmínky v zemích, kde politická kultura z různých důvodů zatím není zcela nastavena. Weyland tvrdí, že výhodou politickostrategického přístupu je především zmíněné striktnější vymezení, které je výhodou hlavně pro analýzu populistických hnutí v Evropě. V další řadě pak podle autora tento přístup ukazuje kolísavost oblíbenosti populistických aktérů a neukotvenost definice populismu jako oportunistického personalismu založeném na podpoře masové veřejnosti. Podle Weylanda nabízí „jeho” přístup silné metodologické základy pro mezinárodní srovnání (Weyland, 2017, s. 68). Mudde a Rovira Kaltwasser (2018, s. 1672) ve své srovnávací práci naznačují, že právě důraz na charismatického lídra může zbytečně zúžit vymezení populismu, a může tak opomenout politiky a hnutí, kteří této charakteristice (charismatického lídra) neodpovídají. Hawkins a Rovira Kaltwasser (2017, s. 523) zase tvrdí, že charismatický vůdce, pokud nesplňuje alespoň základní požadavky *lidu*, nemůže být úspěšný. Více se bude autor této práce kritice jednotlivých dosud zmíněných přístupů a jejich srovnání věnovat v dalších kapitolách.

2. Populismus a diskurz

Analýza politické komunikace, ačkoliv jde o relativně mladou akademickou specializaci, je historicky velmi úzce spjata s analýzou diskurzu. Žádný politik nemůže v politické aréně uspět bez komunikace s voliči, s jinými politickými aktéry a také s médii. Teoretický rámec politické komunikace politiků je předmětem této kapitoly, ve které se podíváme na pojem diskurz a teoreticky ho vymežíme. Diskurz lze označit za jeden z nejproblematictějších akademických fenoménů, více se také bude autor této práce věnovat populistické rétorice v komunikaci právě s novináři. Autor této práce se pak bude zabývat také diskurzivním přístupem ke studiu populismu, který srovná s přístupy uvedenými v předchozí kapitole. V závěru této kapitoly pak autor uvede specifika politické komunikace na sociálních sítích, které umožňují v podstatě přímý kontakt s elektorátem bez nutnosti zprostředkovatele v podobě zpravodajských a publicistických médií (e.g. Manucci, 2017).

K analýze politické komunikace se historicky přistupovalo mnoha způsoby, od klasických studií rétoriky, přes korpusovou analýzu, až po kritickou diskurzivní analýzu (Chilton, 2004), kterou bude využívat autor této práce. Stavrakakis (2017, s. 4) uvádí, že jakékoliv použití řeči není nikdy nevinné, vždy je intencionálním a vědomým nástrojem pro navazování vztahů a budování určitého postavení ve společnosti. Ernesto Laclau (1977) ve své první práci velmi často odkazoval na marxismus, na problematiku třídního boje (s. 254). Stavrakakis (2004) tvrdí, že jakkoliv jsou v současnosti tyto odkazy velmi zastaralé (sám Laclau se od nich poměrně brzy distancoval), je Laclauova definice populismu stále velmi aktuální. Laclau tvrdí, že populismus je lidově-demokratický diskurz, který je formou odporu proti jakékoliv dominantní ideologii (1977, s. 254). Ruth Breezeová (2019, s. 152) tvrdí, že studium politické komunikace se čím dál více rozšiřuje i proto, že se objevují nové platformy, jako jsou sociální sítě. Mění se také mediální logika (viz také Altheide, 2004 nebo Altheide & Snow, 2018) a mediální systémy začínají být spíše hybridními (Chadwick, 2013).

Autor v následujících kapitolách bude kromě jiného rozebírat pojem *lid*, jak o něm hovoří Laclau a další autoři. Lid totiž považují za nejnižší společný jmenovatel všech populistů napříč politickým spektrem i hranicemi států (Katsambekis, 2020, s. 61). Laclau a další odborníci, kteří prosazují takzvaný diskurzivní přístup k populismu, uvádí, že nejde přímo o myšlenky, které populisté prosazují, ale spíše o specifickou *logiku* formulace a vyjadřování těchto

myšlenek. Jde tedy spíše o logiku a dynamiku diskurzu než o ideologii. V následující podkapitole autor vymezí diskurz jako zásadní akademický fenomén.

2.1 Diskurz jako akademický fenomén

Diskurz je jedním z klíčových akademických fenoménů nejen v sociálních a humanitních vědách. Definice tohoto pojmu je napříč akademickou obcí stejně různorodá a spleťtá, jako je tomu u populismu. Právě mnohost oborů, v nichž se s tímto pojmem operuje (mj. psychologie, lingvistika, filozofie, historie atp.), dává vzniknout nejednoznačnosti tohoto pojmu (Schneiderová, 2015, s. 20). Zásadní osobností pro vývoj studia diskurzu byl francouzský sociolog, filozof a psycholog Michel Foucault. Ten diskurz definoval jako určitá pravidla vědění a jednání, jež následně vnímáme jako společná pro určitou společenskou oblast (Schneiderová, 2015, s. 13). Historicky byl diskurz spojován spíše s mluveným projevem než s tím psaným, jindy je pak definován jako synonymum slova *text*, někdy zase jako slovo nadřazené slovu *text*, tedy skupina textů (Hoffmanová, 1997, s. 8). Podobně jako u populismu lze za nejnižší společný jmenovatel různých přístupů k jeho studiu považovat pojem *lid* (v jeho různých významech), u diskurzu, tvrdí Soňa Schneiderová (2014), je tímto základním společným jmenovatelem „užívání jazyka v textech, dorozumívání a v interakci“. Schneiderová a další autoři také tvrdí, že diskurz lze definovat jednoduše jako „výsledek komunikační aktivity člověka“.

Michel Foucault v jednom ze svých nejvýznamnějších děl *Archeologie vědění* (1972) tvrdí, že systémy vědění jako takového se utváří v hranicích myšlení a jazyka v daném historickém období. Když mluví o diskurzu, nepoužívá tento pojem jako konkrétní případ užití jazyka, jednotlivý kus textu, výrok nebo jazykový projev, ale chápe ho jako pravidla, dělení a systémy určitého souboru vědění. Jak píše ve své stati k „foucaultovskému“ pojetí diskurzu Michael Arribas-Ayllon a Valerie Walkerdineová (2008, s. 114), lze diskurz v přístupu Michela Foucaulta považovat spíše za disciplínu ve dvou směrech. Jednak jako specifický druh institucionálního rozdělení vědění, které nacházíme například v medicíně, přírodních vědách, psychiatrii či biologii. A pak také diskurz jako techniky a praktiky, jejichž prostřednictvím se formují objekty, koncepty a strategie.

V *Archeologii vědění* Foucault (1972) podává poněkud nejasný, ale důležitý popis archeologické metody, kterou používal ve svých předchozích dílech. Foucault vnímá diskurz

jako formu sociální konstrukce reality, určitou podobu vědění. Na diskurzivních postupech podle něj závisí, jak člověk interpretuje události a věci kolem nás (viz také Barrett, Thomas & Hocevarová, 1995). Foucault zároveň dává diskurz do souvislosti s konceptem moci, vědění a ideologie. „Každý bod, v němž je nějakým způsobem využita moc, je zároveň místem, kde se formuje vědění. A stejně tak každý kousek vědění umožňuje vykonání moci,” tvrdí Foucault (1979, s. 62). Diskurz je svým způsobem podle Foucaulta jakýmsi prostředníkem mezi věděním a mocí.

Pokud bychom měli velmi abstraktní vymezení pojmu převést do konkrétnějších rysů, mohli bychom například uvést, že pojem diskurz „vyplývá z používání jazyka v interakci v konkrétních společenských podmínkách, zahrnuje charakteristiky jazyka typické pro určitý sociální kontext, tedy regulovaná a rozpoznatelná tvrzení, která svým způsobem konstruují určitou skutečnost a zároveň jsou specifickou reprezentací této skutečnosti” (Schneiderová, 2015, s. 21). Konkrétní kontext pro vymezování diskurzu pak představuje jednak lingvistická stránka věci, tedy jednotlivá slova či věty v textu a také vazby k jiným textům a na druhé straně také sociální aspekty („aspekty sociálního světa”), reprezentované v rámci struktur, vztahů, tendencí společenské reality a nacházející svůj odraz v diskurzu, tedy i v textu (s. 22). Další zásadní teoretik, který pro nás bude klíčový zejména v metodologické části práce, Norman Fairclough (2003, s. 134) tvrdí, že se na výběru faktů a jazykových prostředků podílí aspekty jednak fyzikálního světa (procesy, objekty, čas, prostor) a aspekty světa mentálního (myšlenky, pocity, stereotypy, vjemy či předsudky).

Faircloughovo vnímání diskurzu je pro tuto práci obecně zcela zásadní. Fairclough totiž diskurz chápe ve třech dimenzích, tedy jako samotné sdělení, diskurzivní praxi, pomocí níž diskurz vzniká, a širší sociální (a později sociokulturní) praxi. Popisuje diskurz nejabstraktněji jako formu sociální praxe, úžeji pak jako určitou formu jazyka využívanou v konkrétním, specifickém poli a v nejužším možném (počítatelném) vymezení, jako formu udílení významu zkušenostem z určitého úhlu pohledu, tedy například feministický diskurz, environmentální diskurz, medicínský diskurz a tak dále (Fairclough, 1993, s. 138).

Popis diskurzu jako sociální praxe implikuje dialektický vztah mezi konkrétní diskurzivní událostí a situací, institucí a strukturou, která tuto událost rámcuje. „Diskurzivní situace je okolnostmi utvářena, ale zároveň má vliv na podobu těchto okolností. To znamená, že diskurz

je sociálně podmíněný a také sociálně ustavující, vytváří situace, předměty vědění, sociální identity a vztahy mezi lidmi a skupinami lidí. Pomáhá udržovat a šířit sociální *status quo* a pomáhá ho ale také měnit. Diskurz tak moc vytváří sociální realitu, že logicky přichází otázka jeho spojení s konceptem moci. Diskurz má mimo jiné moc šířit nerovné vztahy mezi (například) sociálními třídami, muži a ženami, etnickými/kulturními většinami a menšinami, a to skrze způsoby, jakými diskurz reprezentuje určité věci a lidi,” tvrdí Fairclough a Wodaková (1997, s. 258). Právě myšlenka, že diskurz je nejen ovlivňován elementy zvenčí, ale zároveň pomáhá transformovat či reprodukovat systémy vědění, je pro Faircloughův pohled na diskurz zásadní.

Diskurz je tedy podle Fairclougha ustavující a ustanovený, vytváří sociální realitu a je vytvářen dalšími sociálními praktikami (Jorgensenová & Phillipsová, 2002, s. 61) – nejenže vytváří a přetváří společenskou realitu, ale také ji reflektuje. Laclau a Mouffeová (1985) tvrdí, že totiž není možné, aby fyzické objekty, jako je třeba židle, získávaly význam jen a pouze z toho, co si o nich myslíme v hlavě, na základě toho, jak je diskurz označí. Zásadní je také spojení konceptu diskurzu, moci a ideologie. Jorgensenová a Phillipsová (2002, s. 63) tvrdí, že diskurz funguje skrze ideologii. Diskurz zdůrazňuje rozdíly mezi jednotlivými skupinami obyvatel, sociálními třídami, muži a ženami a tak dále. Janksová (1997) uvádí, že ideologie je nejmocnější, když je neviditelná, když je její diskurz přijat jako běžně využívaný v našem každodenním životě (s. 341), tedy když se z určitého diskurzu stane společenský dominantní diskurz.

Jeden z dalších zásadních průkopníků teorie diskurzu a kritické diskurzivní analýzy Teun van Dijk tvrdí, že zcela nejjednodušší vymezení politického diskurzu je skrze jeho aktéry, tedy politiky (1997, s. 12). Politiky rozumíme osoby, které jsou veřejně aktivní, jsou placeny za své politické aktivity, jsou zvoleny, dosazeny (nebo se dosadí) do určitých veřejných funkcí. Takové jednoduché vymezení pak neodlišuje politický diskurz od toho například medicínského, právního a jakéhokoliv náplní práce definovaného odvětví. Problematické ovšem je, že politickými aktéry nejsou jen ti viditelní zvolení politici, ale ještě celá řada dalších aktérů, jako jsou voliči, různí náměstci, úředníci, političtí novináři a tak dále. Nelze navíc tvrdit, že by každý kousek sdělení politiků a dalších aktérů byl součástí politického diskurzu, který je jen velmi specifický. Proto je podle van Dijka nutné vymezení pojmu *politický diskurz* ještě o něco zpřesnit (s. 13). Pro autora této práce je s ohledem na praktickou část zcela zásadní, že

politik komunikuje v rámci politického diskurzu pouze tehdy, kdy své sdělení předává v kontextu specifických komunikačních událostí (na půdě sněmovny, při zasedání vlády, během volební kampaně, při rozhovoru s médii a tak dále). Na příkladu politického diskurzu je jasné vidět, jak kontext a samotné sdělení (text) jsou vzájemně provázané a nemohou existovat jedno bez druhého (van Dijk, 1997, s. 15).

Alpar Lošonc (2019, s. 26) upozorňuje, že moderní politika byla vždy definována diskurzem. Jakékoliv demokratické zřízení je podle něj zřízeno na základě určité dohody a shody, přitom právě diskurz je cílem ke zprostředkování ústřední dohody (kontraktu) mezi politiky a zbytkem veřejnosti. „Diskurz pojímá různé významy a významové sekvence, jeho analýza je pak klíčová proto, že ze své podstaty bere do úvahy dynamiku vztahů, která vzniká z politické nestability, význam není nikdy jasně determinován a vliv diskurzu na naše vnímání je předmětem dlouhodobých sporů,“ uvádí Lošonc (s. 29). V dnešní době má populistický diskurz mnohem otevřenější dveře než kdy předtím, především pak prostřednictvím sociálních sítí a dalších platform, které nabízí internetové prostředí. Valerio Fabrizzi (2019, s. 109) rozlišuje tři základní druhy politického diskurzu dané tím, v jaké pozici se daný politik během své komunikace zrovna nachází. Prvním typem, který ještě není až tak přímo politický, je diskurz justice, například nejvyšších a ústavních soudů a podobně. Druhým typem je pak komunikace politiků, kteří již byli zvoleni, se speciálním zaměřením na ty, kteří skutečně získali nějakou funkci (například premiér, ministři, prezidenti), kteří komunikují napříč všemi možnými arénami, v nichž se snaží udržet. Těmi jsou aréna vnitrostranická, voličská, parlamentní (komunikace s jinými politiky, snaha vytvořit fungující vazby atp.) a v neposlední řadě také aréna mediální, v níž se snaží co nejvíce zaujmout (Strömbäck & Van Aelst, 2013). Třetím typem politického diskurzu je pak diskurz politiků usilujících o (znovu)zvolení, pro něž je již klíčová především voličská a mediální aréna (což ovšem neznamená, že zbylé dvě arény pozbývají smysl, všechna čtyři politická bojiště jsou samozřejmě vzájemně propojena), v nichž „bojují“ obvykle pod vedením kampaňových, mediálních a komunikačních poradců. Právě tímto posledním typem diskurzu se autor této práce plánuje nejvýrazněji zabývat. V období krátce před volbami lze, jak se domnívá autor této práce, nejlépe sledovat prvky diskurzu, kterým se bezprostředně vytváří určitý dlouhotrvající společenský kontrakt, o němž se v této podkapitole již hovořilo.

2.2 Diskurzivní přístup k analýze populismu

V této podkapitole se budeme zabývat čtvrtým přístupem ke studiu populismu, o němž jsme se v dosavadní diskusi bavili spíše po povrchu. Jde o přístup diskurzivní, který vychází z práce Ernesta Laclaua. Stavrakakis a Panizza (2020, s. 21) tvrdí, že samotné texty, které Laclau od sedmdesátých let psal, byly obvykle příliš filozofické a nenabízí mnoho empirických podkladů. Přesto je zásadní se s jeho myšlenkami v této části seznámit blíže, abychom mohli následně kvalifikovaně provádět analýzu v praktické části této práce a v neposlední řadě také diskutovat a porovnávat s výše zmíněnými přístupy.

Laclauův přístup k populismu je čistě formální, ve své práci se snaží vyhnout hodnocení, zda je populismus dobrý, nebo špatný (2005, s. 44). K populistickému diskurzu se nestaví z pohledu ideologie, která za ním stojí, ale staví spíše k tomu, jak tento diskurz ovlivňuje naše vnímání (sociální konstrukci) reality. Podle něj politika a v důsledku i populismus vznikají proto, že neexistuje možnost úplného uspokojení společnosti. Toto rozdělení (neustálou nespokojenost) společnosti se snaží různé organizace (včetně politických stran a hnutí) či jednotlivci využívat ve svůj prospěch. Tento proces pak může pokračovat *ad infinitum* (Laclau, 2000, s. 79). Panizza (2005, s. 3) definuje populismus jako „diskurz, který narušuje *status quo* a zjednodušuje politický prostor symbolickým dělením společnosti na dobrý *lid* a zlé *ostatní*“. Podle akademiků, kteří v současné době přistupují k populismu diskurzivně, lze tento fenomén zredukovat na dvě základní kritéria, vycházející právě z práce Ernesta Laclaua a dalších akademiků, kteří se od počátku věnují diskurzivnímu přístupu (např. Chantal Mouffeová). Prvním kritériem, kterým lze populismus zredukovat, je speciální logika artikulace a užití slov a vět, jejichž prostřednictvím se předávají specifické významy ve smyslu manicheánské opozice (Stavrakakis & Panizza, 2020, s. 25). Druhým kritériem je vytvoření určitých označujících v desausseureovském významu (*signifier* – viz de Saussure, 1916), která buď vůbec nemají konkrétní označované, nebo jsou příslušné označované jen velmi vágně vymezené, jako uzlových bodů (*nodal points* – viz Lacan, 1993) shody mezi politiky a voliči. Uzlové body jsou nadřazenými znaky, jimž jsou ostatní znaky významově podřízeny. Laclau se domnívá, na rozdíl od výše zmíněných autorů, jako jsou Kurt Weyland, Pierre Ostiguy či Cas Mudde, že populisté sice apleují na „lid“, jenže právě *lid* je přesně tím prázdným označujícím bez konkrétního označovaného (Laclau, 2005, s. 95). Populisté tak flexibilně vytvářejí identitu *lidu* jako suverénní skupiny obyvatel bojující proti zvolenému (nikoliv tedy objektivnímu) nepříteli. Populistický diskurz, tvrdí Kirk Hawkins (2009, s. 1047), smazává

běžně vnímané rozdíly mezi částmi společnosti, mezi voliči jednotlivých stran (od sociální demokracie, přes konzervativce, až po příznivce krajní levice či pravice). Místo toho populisté tyto skupiny obyvatel svádí dohromady v boji proti často domnělému nepříteli pod silným sjednocovacím heslem či souborem hesel. Hawkins tvrdí, že populistický narativ, který spočívá především ve stálém opakování stejných tvrzení ve spojení s intenzitou komunikace, ve finále dokáže přesvědčit nejen masy, ale i samotného mluvčího o jeho jediné a nepřekonané pravdě, což následně brání zapojení populistického aktéra do racionální diskuse (Ibid.).

Právě přístup k populismu jako k určité diskurzivní strategii považuje Hawkins (2009) a další autoři (e.g. Roxborough, 1984 a další, viz výše) za nejlepší výzkumnou možnost, která nabízí řadu komparativních výhod, o čemž budeme hovořit více v metodologické části práce. Hawkins se stejně jako Laclau domnívá, že význam a realita jsou v politické aréně vytvářeny sociálně. Podle něj je u diskurzivního přístupu zásadní, že se daří oddělit jádro tohoto fenoménu od jeho důsledků i příčin. Tak například hovoří o ekonomice, v níž lze obvykle označit například vysoké navýšení minimálních mezd či důchodů za populistické, jako tomu bylo během minulého období u premiéra Andreje Babiše. Hawkins (2009, s. 1051) ale tvrdí, že je to právě diskurz, který z jakékoliv události udělá buď událost populistickou, nebo nepopulistickou. I proto tvrdí, že je nutné populismus vždy zkoumat rovnou s něčím, čemu říká antipopulismus. Populismus totiž může být vnímán jinak v porovnání se svými opozity, například v kontrastu s elitarismem, o němž jsem se zmiňoval výše, působí populismus v zásadě jako velmi demokratická reakce na tento problém (Stavrakakis & Panizza, 2020, s. 26).

Laclau (1977, s. 195) tvrdí, že se populismus neobjevuje jen tak, sám od sebe, jeho vzestup je naopak téměř vždy spojen s určitou formou krize nebo s vyloučením určitých částí společnosti z dominantního diskurzu. Aitchinson (2017, s. 352) tvrdí, že vyloučení této části *lidu*, které je způsobeno demokratickým zřízením, vede k tomu, že populismus hraje klíčovou roli v jakési snaze o politickou obrodu, vytvoření a ochranu občanských práv. Populističtí političtí aktéři také zastupují ty, jejichž hodnoty často vypadnou z politického diskurzu a z procesů ústavní legislativy. Hawkins (2009, s. 1050) pak tvrdí, že populismus je odpovědí na dominantní vládní diskurz ve spojení s chováním vlády daného státu, který určitým způsobem není schopen zajistit stejnou měrou spravedlnost pro všechny. Spravedlnost je přitom levicovými a pravicovými populisty vnímána jinak, ale výchozí myšlenka zůstává stejná. Stavrakakis a Panizza (2020, s. 27) nabízí několik bodů, které ilustrují vztah mezi populismem a krizí:

- I. Vyčlenění určité části společnosti, ať už ekonomické, nebo sociální, je klíčovým, ale nikoliv dostatečným startovním bodem vzniku populismu.
- II. Populistický narativ vymezuje a zjednodušuje příčiny zmíněného vyčlenění určité části obyvatelstva a z tohoto procesu viní určité aktéry (vládu, oligarchy, migranty)
- III. Populistický diskurz je artikulován jako pomoc ve jménu *lidu* (těžce pracujícího, okrádaného, omezovaného atp.)
- IV. Populistické vystupování obratem vyvolává antipopulistickou reakci, která tíhne k užití pojmu *populista* pro každého, kdo tvrdí, že hovoří jménem *lidu*
- V. Krizový narativ během mimořádné události či období ekonomické (či nyní například energetické) krize využívají i *a priori* nepopulistické či přímo antipopulistické politické subjekty a jejich aktéři. Navíc populisté mohou bojovat i proti sobě, pokud se jejich diskurz a obsah toho, co označují jako *lid*, liší.
- VI. Populistický i antipopulistický diskurz mohou být ze své podstaty levicové i pravicové. Obě formy pak tíhnou ke zjednodušování a demonizaci druhé skupiny, tedy i k polarizaci společnosti.

Těchto šest bodů, píše Panizza a Stavrakakis, naznačuje, že není možné studovat odděleně populismus jako samostatný fenomén. Krize, která obvykle podle nich nabízí podhoubí pro vznik populistických hnutí, nutí k reakci i aktéry, kteří se prezentují jako tradiční či antipopulističtí. „Populismus neexistuje v nějakém politickém vakuu, je potřeba vždy nabídnout alespoň náznak určité ideologie a vytvořit vztahy s elektorátem. Právě k tomu slouží diskurz,” tvrdí autoři (2020, s. 28). Diskurz, jak tvrdí Laclau a Mouffeová ve společné práci *Hegemony and Socialist Strategy* (1985), není synonymem jazyka či textu. Jde o specifickou formu logiky vytváření významu v určitém kontextu, prostřednictvím diskurzu lze pak navazovat vztahy a získávat politické body, i proto je diskurzivní přístup podle nich zcela zásadní. „Populismus není *per se* nebezpečím pro demokracii, jak naznačují jiné přístupy. Jde o nedílnou součást demokratické revoluce prováděnou stejným způsobem jako kterýkoliv jiný politický projekt, ať už se jedná o sociální demokracii, pravicové strany atp. Populismus může mít mnoho forem ve snaze vyjadřovat sociální problémy a dávat hlas částem populace, které nemají pocit, že by byly zastoupeny tradičními politickými aktéry” (Panizza & Stavrakakis, 2020, s. 43).

Manucci (2017, s. 468) tvrdí, že diskurzivní přístup k populismu nabízí dvě základní výhody. Zaprvé podle něj dovoluje měřit populismus za hranicemi volebních výsledků, zadruhé pak umožňuje mezinárodní a především mezikulturní analýzu, kterou jiné přístupy neumožňují. V dalších částech této kapitoly se budeme zabývat tím, jak šíření populismu napomáhají online média, bez nichž si v současnosti nelze populistický diskurz představit, píše Manucci (Ibid.). Panniza, Ostiguy a Moffitt (2020, s. 256) na rozdíl od Laclaua a v souladu se současnými akademiky, kteří se na populismus specializují, tvrdí, že ústřední postavou populistických hnutí je charismatický lídr, bez nějž může být populistické hnutí jen velmi málo úspěšné.

K propagaci populistů slouží jednak samotný diskurz, který na sebe obvykle bere podobu intenzivního, hodnotícího a krizového narativu, dále pak již zmíněné sociální sítě a v neposlední řadě pak média, která poměrně často považují populistický diskurz za fenomén, který si zaslouží velkou pozornost, ať už z hlediska čtenářské zajímavosti, nebo z pohledu nutnosti boje proti tomuto fenoménu. Právě této problematice se věnují následující podkapitoly, jejichž cílem je vymezit teoreticky, jak populisté fungují v reálné interakci jak s voliči, tak s novináři a jakých konkrétních nástrojů, o nichž jsme dosud mluvili jen velmi povrchně, k této komunikaci využívají.

2.3 Komunikační styl populistů

V této podkapitole vymezí autor této práce komunikační prostředky, které populisté využívají při oslovování voličů. Odborná literatura nabízí historicky mnoho analýz, z nichž vychází mnoho základních prvků, které mohou, ale nemusí být přítomny v komunikaci daného politického aktéra tak, abychom jeho sdělení mohli označit za populistické. Populistická rétorika, slovní zásoba či větná skladba jsou velmi specifické, a proto autor této práce považuje za zásadní o nich hovořit i s ohledem na praktickou část, kde právě tyto prvky bude v první úrovni analýzy zkoumat.

Reinemann (2020, s. 217) uvádí, že populistický narativ je obecně považován za velmi negativní a krizový. „Populisté svým narativem malují velmi temný obrázek a vytvářejí negativní názor na současný *status quo*, vykládají lidem, proč by se měli nějakým způsobem bouřit a proč by měli hledat někoho, na koho za tento špatný stav svalit vinu,” píše Reinemann (Ibid.). Další autoři hovoří nejen o tomto *krizovém narativu*, ale i o dalších prvcích, které

zahrnují naopak snahu vyvolat pozitivní emoce především směrem k lídrovi daného politického hnutí (e.g. Braccialeová & Martella, 2017).

Populistická komunikace se od jiných liší především konstantním obviňováním ostatních, zjednodušováním problému a jejich zesilováním (Hameleers, Reinemann, Schmuck, & Fawzi, 2019, s. 158). Populisté využívají bulvární řeč, vysoce emocionální rétoriku, založenou na jednoduchých a srozumitelných sloganech (Mazzoleni, 2003, s. 5), přehánění a verbální radikalismus. V jakékoliv situaci využívají rétoriku naprosto kritické politické pohotovosti, rétoriku krize, která musí být okamžitě vyřešena (Bosová & Brants, 2014, s. 706).

Busby, Gubler & Hawkins (2019) uvádí, že studium populistické komunikace jako samostatného fenoménu je poměrně nové a je třeba ho nadále rozvíjet. Domnívají se, že ideální přístup k analýze populistického narativu vychází z teorie takzvaného rámcování (viz například Entman, 2007). Populistická rétorika podle zmíněných autorů (s. 618) funguje pouze v určitém rámci, v němž je populistický postoj smysluplný, tedy v prostoru, kdy dochází k nějakému všeobecně známému selhání vlády, politiků, vládnoucí vrstvy obecně. Zásadním výsledkem výzkumů o populismu je mimo jiné to, že takzvaná dispoziční atribuce viny funguje mnohem lépe než jen opakování daného problému (Busby, Gubler & Hawkins, 2019, s. 619). Tedy například pouze hovořit o problému nezaměstnanosti nevyvolá dostatečnou podporu pro populistická hnutí, ta přichází až s obviněním konkrétního viníka, obvykle vlády. Toto obvinění může, ale nemusí být založeno na pravdě. Populisté, kteří obviňují konkrétního člověka z vážného sociálního či ekonomického problému, jenž daná osoba měla způsobit vědomým a ziskuchtivým chováním, získají obvykle poměrně silnou podporu (Ibid.). Dalším zásadním prvkem, kterým se populisté prezentují, je *odpor k politice* (Bosová, Van Der Brug & De Vreese, 2013). Jedním z velmi častých sloganů, který používají populističtí političtí aktéři, je právě to, že do politiky šli kvůli neodkladné politické krizi, jdou do ní s nechutí, ale s odhodláním něco se společností udělat (s. 194).

Tato podkapitola se bude více zabývat i spojením populistů a médií. Právě mediální logika je totiž jedním z prvků, který populisty vybízí k mnohem větší dramatizaci svého narativu (Braccialeová & Martella, 2017, s. 1314). Dramatizace a intenzifikace komunikace totiž mediální logice přesně odpovídá, jak si ukážeme v následující části této práce. Krizový narativ se projevuje jak na úrovni celkového vyznění daného sdělení tak na úrovni diskurzu daného

populistického aktéra obecně. Ukazuje se však i na úrovni nejnižší, tedy ve slovosledu, větné vazbě a stavbě textu (van Leuween, 2014). Tento autor ve svém výzkumu mimo jiné poukázal na rozdíly v používání přídavných jmen a příslovcí ve srovnání mezi populistickými a nepopulistickými politickými aktéry. Populistický narativ daleko více využívá adjektiva a adverbia intenzity a kvantity, pracuje také obvykle s absolutními významy slov. Populisté tak mnohem častěji používají slova jako „definitivně, nejvíce, určitě“, ale také slovesa ve smyslu imperativu, například „vláda nesmí“ nebo „lid musí“ (s. 230). Už byla zmíněná určitá sloganovitost populistické komunikace, častým prvkem v proslovech je také opakování určitých slov či slov spojených s bojem (například „nevzdáme se“, „budeme bojovat“).

Právě bojová rétorika je jedním z prvků politiky strachu, která je dalším z komunikačních prvků v populistickém narativu. Takzvané *politics of fear*⁴ se ve své práci věnuje řada autorů v čele s Davidem L. Altheidem nebo Rut Wodakovou (2015), o níž budeme více hovořit v praktické části této práce. Altheide (2006, s. 2) uvádí, že to byla právě rétorika strachu, která udělala z terorismu místo vojenské taktiky celosvětový problém. Problematické podle něj je, že v tomto ohledu jsou politici (nejen ti populističtí) a novináři jakýmsi způsobem zajedno, protože oběma stranám politika strachu svým způsobem vyhovuje. „Politici a státní instituce pracují ve spolupráci s médii neúnavně ruku v ruce při vytváření nejistoty a obavy, které následně přimějí veřejnost, aby se spolehli na instituci státu,“ píše Altheide (s. 4). Sám Altheide analyzoval dopad útoku na Světové obchodní centrum v New Yorku 11. září 2001 na politickou a mediální rétoriku. V roce 2002 napsal, že strach je sjednocujícím prvkem mezi liberály a konzervativci, napříč pravolevým spektrem. Ačkoliv se různé skupiny v různých částech politického spektra mohou lišit v tom, čeho se bojí, pocit nejistoty a obavy je pro všechny v dnešní společnosti stejný (s. 3). Wodaková (2015, s. 5) uvádí, že právě univerzalita strachu je tím, co je pro populisty zajímavé, především pak pro ty pravicové. Ve Spojených státech, píše Wodaková, je právě strach například motorem diskuse o tom, zda zpřísnit nebo naopak uvolnit zákon o držení zbraní. Politici obecně, ale populisté především, podle Wodakové stejně jako média tíhnou k výraznému zjednodušení krize za účelem udržování společnosti v neustálém strachu a obavě z neznámého (Ibid.).

Populisté rovněž využívají takzvaných stereotypů, tedy jakýchsi zjednodušených mentálních obrázků, které každému člověku pomáhají interpretovat různorodost sociální reality

⁴ v originále *politics of fear*

(Hameleers, Reinemann, Schmuck, & Fawzi, 2019, s. 154). Při aplikaci na členy „mimo naši skupinu“ jsou tyto představy obvykle negativní. Populistický narativ těchto negativních představ s oblibou zneužívá a spojuje různé skupiny lidí mimo danou skupinu s řadou negativních vlastností, jako je například to, že migranti kradou a tak podobně. Opakované obviňování určitých skupin z konkrétních sociálních či ekonomických problémů, například z již zmíněné nezaměstnanosti, vede k vytvoření stereotypních paměťových stop, v tomto případě sobeckých elit, které nedbají na dobro běžných občanů (Ibid.).

Populisté také využívají specifický vizuální narativ. Jako příklad uvádí Freisteinová a Gadinger (2019, s. 218) Donalda Trumpa, který na svých sociálních sítích zveřejnil svou fotografii v nadlidské velikosti v pozici stavitele zdi, kterou chtěl postavit na mexické hranici, se sloganem *Wall is coming* (očividná narážka na tehdy velmi populární seriál HBO *Hra o trůny*, v němž zlidověl slogan *Winter is coming*). Ve vizuálním diskurzu funguje takzvaná technika vrstvení, kdy v první úrovni máme obrázek samotný, pak doplňující text, dále kontext a nakonec celkový společenský diskurz (Ibid.). Vizuální narativ populistů neznamena jen příspěvky vyzývající k boji nebo bojovná sdělení podobná těm Trumpovým. Naopak populisté využívají spíše zdánlivě nevinné každodenní příspěvky. Vizuální objekty (například videa, fotky, memes) vytvářejí stejně jako jakékoliv jiné (nejen populistické) sdělení určité zkratky, neposkytují totiž recipientům úplný význam. Tím se chce říct mimo jiné to, že běžný uživatel na sociálních sítích nemá k dispozici všechny informace například o vzniku vizuálního sdělení, intertextualitě obsahu a tak dále (s. 225). Zmínění autoři uvádí některá specifika populistické vizuální komunikace. Tak například se mužští aktéři zobrazují obvykle mužně a silně, jako válečníci, kteří budou bojovat do posledního dechu, naopak ženy jako matky, které přece nemohou být zlé (vypočítavé, prolhané), když se umí postarat o dítě. Zkratka jde o to ukázat politiky jako lidi, kteří nejsou jen politiky, ale běžnými občany nebo naopak výjimečnými hrdiny, kteří určitou sociální skupinu zachrání. Proto to může být i naopak, tedy silná, odolná žena a muž jako starostlivý otec nebo muž, který třeba pomáhá na poli. Klíčovým prvkem ve vizuálních sděleních populistů je podobně jako u těch textových především boj „čistě dobrého člověka“ se „zlým nepřítelem“ (s. 227–228). Tito nepřátelé (například migranti, Evropská unie, kapitalismus, zlodějská vláda atp.) jsou pak zobrazováni jako určitá forma monstra či karikatury člověka. Vizuální sdělení v první vrstvě pak obvykle odpovídá těm dalším. Tedy například když si politik stěžuje na příliv migrantů do Evropy, sdílí v tomto příspěvku fotku zástupců migrantů na hranicích nebo naopak chudého bílého muže na ulici, kterému migranti

vzali práci a šanci na šťastný život (Ibid.). Odborníci naznačují, že analýza vizuálního narativu může být ještě složitější než analýza narativu textového.

Braccialeová a Martella (2017, s. 1314) nabízí určitý ucelený přehled komunikačních prvků, které populisté využívají. Nabízí následující výčet:

- 1) Emocionalita sdělení: populisté sdílejí své emoce nebo sdílejí detaily ze svého soukromého života (viz také Bosová, Van Der Brug & De Vreese, 2011)
- 2) Neformální narativ: přijímání přímého, jednoduchého, neformálního a neinstitucionalizovaného stylu
- 3) Zneužívání aktuálních událostí: využití jakékoliv specifické události k podpoře svých myšlenek v souvislosti s takzvaným konfirmačním zkreslením (ve svém sdělení používají pouze vybranou část události, která podporuje jejich úhel pohledu)
- 4) Intimizace sdělení: vyprávění událostí z vlastního života, dělají ze sebe v očích „lidu“ také jen „lidi“, a ne jen běžně nedosažitelné politiky
- 5) Negativní afekt: aktivně využívají politiku strachu, svá sdělení zaměřují na emoce právě strachu a nejistoty, aby zalarmovali a zmobilizovali své potenciální podporovatele
- 6) Zjednodušování: přehnaně jednoduše podaná sdělení o komplexních problémech, na něž navazují opět zjednodušená řešení, která populisté nabízejí a která často nemají reálný základ
- 7) Vyprávění příběhu: politický narativ, který je bohatý na příklady, prázdnou rétoriku, přehnaná tvrzení, stereotypy, klišé, rétoriku lidové moudrosti, včetně formy lidových přísloví, tradic a příběhů (e.g. Tarchi, 2016, s. 102)
- 8) Porušování společenských tabu: překračování hranic a tabu, která jsou ve společnosti nastavena, otevřený boj proti politické korektnosti. Populisté se obvykle snaží být těmi, kdo vyřknou jako první něco, co podle nich nemá být slyšet, jednou z jejich strategií je cílená nekorektní a někdy i (velmi neslušná) rétorika, která jim pomáhá odlišit se od údajných elit
- 9) Vulgarismy: užívání vulgárního jazyka tak, aby se populisté přiblížili „běžným občanům“

- 10) Obviňování: opakované, intenzivní a kumulativní svalování viny za konkrétní problémy na konkrétní viníky (vládu, migranty), což vede k vytváření stereotypů (viz Hameleers et al. 2019)

Uvedené prvky pochopitelně mohou a nemusí být v narativu populistů přítomné všechny. To, že některé z nich při kvantitativním pohledu na věc chybí, ještě neznamená, že daného politika, respektive jeho narativ, nelze označit za populistický. V následujících podkapitolách se podíváme, jak populistický narativ působí na média, jak populisté dokážou využívat mediální logiku ke své propagaci a také jakým způsobem jim slouží sociální sítě.

2.3.1 Populismus a média

Pokud se podíváme na strukturu a fungování populismu v Evropě, lze vysledovat, že populističtí političtí aktéři počítají s určitou spoluprací s médii, respektive s novináři (Mazzoleni, 2008, s. 50). Pod pojem *medium* lze zařadit množství různých obsahů a forem jejich sdílení, pokud tedy hovoříme o médiích, nemáme na mysli pouze zpravodajství a s žurnalistikou spojené formy komunikace. Nás v této podkapitole přitom zajímají především ona zpravodajská média, ať už tištěná, televizní, rozhlasová, nebo také internetová. Mazzoleni se domnívá, že mezi populisty a novináři dochází k určité formě vzájemné nabídky a poptávky, kdy novináři v dnešní době takzvaného *infotainmentu* potřebují z politiky udělat zábavu. Novináři mohou nabídnout výrazný zásah publika, který je zásadní především pro začínající hnutí, naopak pak poptávají výbušnou rétoriku populistů, která jim přinese čtenost, sledovanost i poslechovost. Populisté zase poptávají oslovení velkého množství populace, nabídnout pak mohou svá přemrštěná vulgární vyjádření, nekonvenční chování a obvykle tvrdou protivládní rétoriku (Ibid.). Cas Mudde (2004, s. 554) zase tvrdí, že „neustálý boj médií o čtenáře, diváky či posluchače a v důsledku (...) čím dál větší zaměření novinářů na skandální a extrémní prvky politiky vytváří perfektní pódium pro úspěch populistických postav a jejich narativu“. Díky tomu všemu získávají nejen velmi široké publikum, ale také pozornost médií, která jsou v důsledku komercializace žurnalistiky podobným sdělením otevřená a přístupná.

Populisté zkrátka v určitém slova smyslu v současné době i historicky odpovídají takzvané *mediální logice*. Tímto pojmem rozumíme procesy konstrukce zpráv a sdělení uvnitř konkrétního média. Mediální logika nabízí určitá pravidla pro definici, výběr, zařazení a prezentaci určité události v určité formě odpovídající možnostem daného média (Altheide,

2004, s. 294). Je to právě mediální logika (a v neposlední řadě takzvané zpravodajské hodnoty, jako je rychlost, pravdivost, přesnost, geografická blízkost atp.), která podle Altheidea přispěla k výrazným proměnám politické komunikace. Mazzoleni (2008, s. 57) tvrdí, že populistický narativ, který vyhovuje logice touhy po senzaci, se proto rozšířil i mezi tradičními stranami a jejich politickými aktéry ve formě takzvaného *soft* (měkkého) populismu. Ten se projevuje především zlehčováním zásadních zpráv a informací a přímou komunikací s elektorátem. Naopak *hard* (tvrdým) populismem rozumíme zmíněná ostrá, až vulgární prohlášení, obviňování druhých a tak dále.

Pro každé médium platí poněkud odlišná strategie, například v televizi je klíčové dodat zásadní sdělení před hlavní zpravodajskou relací, pro noviny zase před uzávěrkou. Velmi se také liší způsob vedení rozhovorů či událostí, které běží „živě“, což je v dnešní době digitálních technologií zcela běžné, a vedení těch, které jsou pouze ze záznamu (Altheide, 2004, s. 295). Zásadní rozdíly také platí mezi zpravodajskými médii - jednu množinu bychom mohli označit za bulvární nebo v širším smyslu slova komerčně orientovaná média a za druhou lze považovat za seriózní mainstreamová média. Druhá zmíněná skupina totiž, byť také potřebuje být částečně komerčně orientovaná, přece jen považuje žurnalistiku za určitou formu poslání, a proti populismu tedy spíše bojuje (Mazzoleni, 2003, s. 16).

Mény & Surel (2000, s. 126) tvrdí, že velkou výhodou populistům (v porovnání s novináři) dává především zpočátku jejich politického působení fakt, že nemají absolutně co ztratit a mohou jen získat. Mazzoleni (2008, s. 56) pak uvádí, že novináři pokrývají výrazně především vznik daného hnutí a ostrý až vulgární jazyk jeho představitelů jako mediální *tahák*. Poté už zájem médií o populistická hnutí výrazně upadá až do stádia, kdy je subjekt politicky etablován (například zvolen do sněmovny, nejlépe opakovaně). Toto období je pro populisty kritické, zvláště pak pro ty, kteří se z hlediska tradičního spektra řadí buď k pravému, nebo k levému extrému. V situaci, kdy už je takové hnutí na scéně několik let, jeho ostrá rétorika přestává být pro média tak zajímavá a obvykle nastává propad oblíbenosti onoho subjektu (Ibid.).

Manucci (2017, s. 471) tvrdí, že populisté mají s přispěním odborníků velmi vysoké schopnosti takzvané sebemediatizace. Využívají mimo jiné toho, že zpravodajská média bojují na dvou bojištích zároveň, na trhu s inzercí a na trhu publika. Politici tak na základě mediální logiky poměrně jednoduše vytvářejí takzvané pseudoudálosti, které strhávají pozornost médií (Ibid.). Mezi pseudoudálosti, tedy jakési na první pohled zpravodajsky zajímavé, ale jinak zcela

bezobsažné situace (viz Boorstin, 1971) můžeme zařadit pořádání různých tiskových konferencí bez skutečného důvodu k jejich svolávání, organizace fototerminů, různé druhy „představení“ (například setkání s podporovateli) či jen samotná nafouknutá vyjádření obsahující prvky populistického narativu vypsané výše (Mazzoleni, 2008, s. 56).

De Vreese (2017, s. 4) tvrdí, že populistický narativ, ať už přichází odkudkoliv (viz výše *hard* a *soft* populismus), má v současném hybridním mediálním systému v podstatě neomezené možnosti. Jednak mají političtí aktéři možnost se novinářům zcela vyhnout pomocí sociálních sítí (viz další podkapitola), jednak ale také mohou v podstatě jakýmkoliv způsobem, flexibilně a bezodkladně přizpůsobit svou komunikaci dané situaci. Na druhou stranu, píše de Vreese, je nutné si uvědomit, že tradiční média již nemají monopol na předávání informací, a tak se často stávají zaměřenými na úzkou skupinu publika, než aby se snažila zasáhnout všechny (s. 8), což může být pro populisty zásadní problém. Pokud pak nějaké médium není populistickému hnutí nakloněno, poměrně rychle přechází jeho představitelé k formě aktivního odporu, až k šikaně vůči novinářům například ze „znepřátelené“ televize či zpravodajského serveru (Mazzoleni, 2008, s. 57). Ilustrovat to můžeme na příkladu Andreje Babiše, který odmítal odpovídat na dotazy novinářů z internetové televize DVTV, která se proti němu výrazně vymezovala (DVTV, 2018). V některých případech může docházet i k zákazu vstupu novinářů na tiskové konference, v extrému dokonce k verbálnímu až fyzickému násilí.

Mazzoleni (s. 53) ovšem uvádí, že veskrze platí, že mediální logika a novináři obecně v dnešní době mají mnohem větší zájem o lidské příběhy než o nudné dlouhé proslovy, politici se tak kromě dramatizace svých vystoupení musí naučit personalizovat svou osobnost, tedy takzvané se zlidštit. „Marketizace politické komunikace je úzce spojena s širšími proměnami mediálních systémů po celém světě, kdy se zpravodajská média čím dál více orientují spíše na poptávku ze strany trhu, které přizpůsobují svá sdělení plná senzací a zábavy, ve formě infotainmentu,“ uvádí Mazzoleni (s. 54). Je třeba mít na paměti, že koncepty politického a mediálního populismu (sic!) jdou svým způsobem ruku v ruce. U médií hovoříme právě o odpovídání na poptávku trhu, například v takzvaných *clickbaitových* titulcích, které jsou svým způsobem analogií populistického politického narativu. Konvergence cílů populistů a médií je obvykle podle Mazzoleniho (Ibid.) čistě náhodná, existují ale i výjimky, kdy jsou média či jejich vlastnická struktura přímo vázána na dané politické hnutí či jejího lídra (v Česku například netransparentní majetková struktura společnosti Mafra ve spojení se jménem někdejšího

premiéra Andreje Babiše). Ociepkaová (2005, s. 210) však poukazuje i na to, že ze vztahu mezi populisty a médii může kromě určité symbiózy vzniknout i něco skutečně pozitivního, především pak z toho důvodu, že populisté mohou ze své pozice „zástupců běžného lidu“ poukázat na skutečné problémy, které danou skupinu společnosti skutečně trápí.

De Vreese (2017) tvrdí, že novináři čelí v současné době obrovské výzvě, a to zachování objektivity. Tu lze kultivovat a udržovat dodržováním přísných pravidel nestrannosti a ověřování informací. Takzvaný *Twitter efekt*, tedy bleskové přebírání informací ze sociálních sítí, které novináři velmi často neověřují, je jedním ze zásadních důvodů úspěchu populistického narativu. Mazzoleni (2008, s. 62) už ve své době tvrdil, že vinit z bujení populismu pouze média by bylo velmi alibistické a že problém je mnohem hlubší a souvisí spíše s celkovou proměnou mediálního, politického a sociálního systému. Manucci (2017), jenž psal svůj článek o téměř dekádu později než Mazzoleni, uvádí, že i v současné době nadále chybí skutečně hloubkové komparativní studie, které by potvrdily kauzální vztah populismu a jeho pokrytí ze strany novinářů. Dodává (s. 475), že mediální logiku, respektive politickou (a populistickou) komunikaci výrazně proměnil nástup takzvaných nových médií včetně sociálních sítí. Proto se jim bude věnovat následující podkapitola, v níž shrneme základní teoretické poznatky k politické komunikaci v kyberprostoru a k jejímu vlivu na obsah zpravodajství.

2.3.2 Populismus na sociálních sítích

Takzvaná nová média jsou pro vývoj mediálních systémů v jednadvacátém století naprosto zásadní. Nová média dala mimo jiné vzniknout již zmíněnému konceptu *hybridního mediálního systému*. Průkopníkem této teorie se stal Andrew Chadwick (2013). Fenoménem jsou v kyberprostoru takzvaní *producers*, tedy uživatelé, kteří mohou v rámci globální internetové sítě obsah jak konzumovat, tak vytvářet a šířit. To je hlavní rozdíl oproti tradičním médiím, kde až na výjimky typu rubriky *Dopisy čtenářů* zůstává publikum v zásadě pasivní (Bruns, 2007). Gerbaudo (2018, s. 749) uvádí, že sociální sítě byly hlavně ve svých počátcích považovány za „extrémně demokratický nástroj“, který dává hlas do té doby marginalizovaným skupinám. V poslední dekádě se tato situace trochu změnila, klíčové sociální sítě, jako je Facebook či Twitter, začaly zavádět poměrně přísná pravidla, kterými se jejich uživatelé musí řídit. Tato pravidla se navíc ještě zpřísnila v souvislosti s šířením dezinformací ohledně pandemie nemoci covid-19, už v roce 2019 přišlo navíc zpřísnění

pravidel pro živá vysílání s ohledem na živý stream z útoku v novozélandském městě Christchurch (Seznam Zprávy, 2019). Navzdory faktickému omezení v podobě různých pravidel zůstávají nová média, respektive úžeji řečeno sociální sítě podle většiny autorů (e.g. Gebaurdo, 2018; Manucci, 2017; Postill, 2018) klíčovou platformou pro šíření politické kampaně. Chadwick uvádí, že stejně jako se tradiční média musela přizpůsobit novým formám takzvané hybridní komunikace, museli se přizpůsobit i politici. Pro ně jsou totiž sice nadále klíčová i tradiční média, především s ohledem na velký přímý zásah publika, ale čím dál častěji se uchylují na sociální sítě, kde jejich sdělení nemusí odpovídat takzvaným zpravodajským hodnotám a procesu gatekeepingu (2013, s. 113).

Chadwick (2013) a Manucci (2017) uvádí několik zásadních událostí od přelomu století, které byly ovlivněny sociálními sítěmi. Chadwick hovoří o prototypickém hybridním médiu na příkladu WikiLeaks, Manucci zase říká, že sociální sítě už hrály klíčovou roli v období Arabského jara nebo o něco později během útoku při maratonském závodu v americkém Bostonu v roce 2013, kdy svou roli hrála především rychlost šíření informací. Rychlost je pouze jednou z výhod, které sociální sítě jako Twitter, Facebook, Instagram a další populistům přináší. Pro populistickou komunikaci jsou podle Manucciho (s. 476) sociální sítě ideálním nástrojem. Především pak proto, že jejich samotný princip se zakládá na jednoduchosti, krátkosti, přímosti a neformálnosti sdělení.

Engesser a jeho spolupracovníci (2016) provedli výzkum týkající se forem komunikace populistických aktérů na sociálních sítích. Jejich zásadním závěrem bylo, že různé aspekty populistického narativu, které autor této práce popsal v předchozích podkapitolách, se na sociálních sítích objevují ve výrazně fragmentované podobě, tedy velmi odděleně a prakticky nezávisle na sobě. Za jeden ze zásadních důvodů, proč populisté svá sdělení sdílejí ve fragmentované podobě, maximálně v clusterech po několika příspěvcích, je ten, že sociální sítě (především Twitter) vybízí k ještě většímu zjednodušení už tak zjednodušených problémů, což populistům vyhovuje (s. 1122).

Dalším zásadním problémem, o němž hovoří řada autorů, je prohlubování efektů, které už dříve v nějaké míře existovaly. Mezi nimi je koncept takzvané *komnaty ozvěn* (známější v anglickém překladu jako *echo chamber*). Jde o situaci, kdy se lidé uzavírají do jakýchsi bublin, tedy určité formy izolace, pouze s lidmi, kteří sdílejí stejný názor a pohled na svět (Bartlett, 2014, s. 107).

Na sociálních sítích mohou po boku pravdivých informací a zpravodajství kolovat i nepravdy, dezinformace, falešné fotky a příspěvky a vzhledem k *Twitter efektu*, *echo chamber* nebo takzvanému konfirmačnímu zkreslení (vyhledávání a vnímání informací, které potvrzují můj už existující názor) se jim navíc může v kyberprostoru velmi dobře dařit (Ibid.). Klasické internetové komunikační platformy totiž nabízejí jednoduché nástroje pro selekci informací, které se k uživatelům dostávají pomocí různých uzavřených skupin, skupinových chatů či blokování jiných uživatelů (viz také Pariser, 2011).

Sociální sítě hrály výraznou roli v posledních dvou letech v souvislosti s pandemií koronaviru. Jednak proto, že lidé trávili mnohem více času izolováni od ostatních, ale také proto, že byly tyto platformy nástrojem k často velmi agresivní diskusi o ekonomických, sociálních, zdravotnických i politických problémech, které pandemii nutně doprovázely (Cerviová, García & Marín-Lladó, 2021). Odborníci uvádí, že nejčastějším populistickým narativem bylo označování koronaviru za buď obrovskou, nebo naopak minimální, až banální hrozbu (s. 1). Samotný populistický pandemický narativ obsahoval řadu lingvistických specifik, například označení *čínský virus*, *smrtící zbraň z laboratoře*, *uměle vytvořený virus pro zisky farmaceutických společností* nebo naopak *neexistující strašák*. Šířila se také bezprecedentní vlna falešných a neověřených informací, navíc celá situace byla zabalena do veskrze všeobecně negativních emocí (s. 14–15). Populisté, ale i řada tradičních politiků se v souvislosti s pandemií označovali nebo se stále označují za zachránce, za silného lídra, který lid vyvedl nebo ještě vyvede z krize. Přesto, píše autoři prvotní studie s analýzou komunikace Donalda Trumpa a brazilského prezidenta Jaira Bolsonaro, v centru populistického narativu, navzdory celosvětové zdravotnické, sociální a ekonomické krizi, zůstaly elity jako původce všech problémů, obvykle bez objektivního argumentu či důkazu. Snahu ochránit veřejné zdraví populisté označují jako útok na osobní svobodu a zákaz šíření dezinformací považují za omezení svobody slova. Populisté, ale i uživatelé sociálních sítí obecně začali ještě častěji útočit na tradiční média jako na spolupracovníky právě těch elit (vlád, farmaceutických firem, lobbistů), které měly způsobit celosvětovou krizi, naopak sociální sítě (v poslední době především takové, které nebrání šíření jakýchkoliv informací včetně těch nepravdivých) označují za jediný demokratický nástroj (Ibid.).

Manucci (2017) v souvislosti s politickou komunikací na sociálních sítích vybízí k analýze rozdílu mezi diskurzem takzvaných populistů a mainstreamových politiků, klíčové je podle

Manucciho analyzovat například strategie navazování kontaktu s elektorátem a dopad této strategie na případný volební úspěch/neúspěch u obou těchto skupin. Autor totiž tvrdí, že sociální sítě ze své podstaty vybízí k populistickým jednoduchým sdělením minimálně na úrovni zmíněného *soft* populismu. Postill (2018, s. 761) zdůrazňuje, že to nejsou populisté jako někdejší americký prezident Donald Trump. Musíme mít na paměti, píše Postill, že jako první úspěšně ve své kampani využil sociální sítě politik, který je považován za „vševědoucího, nepopulistického a mimořádně vzdělaného“, tedy Barack Obama v roce 2008. Aktivní kampaň na sociálních sítích přitom nemusí ale podle Postilla být v kauzálním vztahu s volebním úspěchem, v tomto ohledu se podle něj jedná stále spíše o spekulaci, což bere autor této práce na vědomí s ohledem na vybrané výzkumné období této práce, a nebude tak spekulovat nad vlivem populistického diskurzu zkoumaných autorů na volební výsledky.

3. Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR v říjnu 2021 a český politický kontext

Volby do poslanecké sněmovny, tedy do jedné ze dvou komor Parlamentu ČR⁵ proběhly 8. a 9. října 2021. V období, které volbám předcházelo, vládl premiér Andrej Babiš se svým hnutím ANO 2011 v koalici s Českou stranou sociálně demokratickou (ČSSD). Jejich vláda získala ve sněmovně, v níž zasedá 200 poslanců,⁶ důvěru díky tiché podpoře Komunistické strany Čech a Moravy (KSČM). Tato tolerance ze strany komunistů, kteří se tak podle řady autorů dostali nejbližší k vládě od pádu komunistického režimu, byla formulována ve smlouvě, která k toleranci vedla – nazývá se *Toleranční patent* (KSČM, 2018). V opozici ve sněmovně před volbami v říjnu 2021 bylo ještě několik subjektů, jmenovitě Svoboda a přímá demokracie (hnutí Tomia Okamury), Občanská demokratická strana (ODS), KDU-ČSL (křesťansko-demokratická lidová strana), hnutí Starostové a nezávislí (STAN), TOP 09 a také Česká pirátská strana. Podle definice Giovanniho Sartoriho se tak jednalo o extrémně polarizovaný multipartismus, což je systém v němž se vyskytuje šest až deset relevantních stran (Sartori, 2005).

Andrej Babiš je od svého vstupu do politiky považován za velmi kontroverzní osobu (viz také Kmenta, 2017), a to například kvůli podezření ze spolupráce s komunistickou StB či trestnímu stíhání, kterému čelí v souvislosti s kauzou Čapí hnízdo. Problematické je také jeho spojení se svým koncernem Agrofert a jeho prostřednictvím také kvůli napojení na vlastnickou strukturu mediálního domu Mafra (a s ním spojených deníku *Mladá Fronta DNES* a *Lidové noviny* a serverů *iDnes.cz* a *Lidovky.cz*). Po přijetí takzvaného *Lex Babiš* (Martínek, 2020. s. 78), tedy zákona, který zakazuje členům vlády vlastnit či spoluvlastnit média a přijímat vládní dotace pro své firmy, v roce 2016, svěřil Andrej Babiš koncern Agrofert do svěřenských fondů. Tyto fondy, jak píše Martínek (Ibid.), jsou spravovány členy Babišovy rodiny a jeho spřátelenými právníky.

Charvát a Just (2016) uvádí, že český stranický systém procházel už v období, které Babišově vládě předcházelo, „nikoliv nevýznamnou vnitřní proměnou“, s níž souvisely mimo jiné

⁵ Tou druhou je Senát.

⁶ Pro srovnání v Senátu Parlamentu ČR zasedá 81 senátorů, liší se i volební systém. Do poslanecké sněmovny se volí podle zásad poměrného zastoupení, do Senátu Parlamentu České republiky se volí podle zásad většinového systému (viz zákon Zákon č. 247/1995 Sb. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1995-247>)

skandály tradičních stran (ČSSD, ODS atd.), ale také přetrvávající neakceschopnost českých vlád (s. 98). Došlo tak mimo jiné k oslabení pozic tradičních stran, KDU-ČSL dokonce v roce 2010 na jedno funkční období z poslanecké sněmovny vypadla. „V tematické rovině šlo především o nástup pouze vágně ideologicky a tematicky vymezených a programově flexibilních stran. (...) Svůj volební apel zaměřily na antiestablishmentovou protestní rétoriku, respektive na kritiku stávajícího politického establishmentu a boj proti korupci, s níž se stávající politické elity přímo potýkají. Svou prezentaci proto založily na projektu novosti, tedy představě, že představují nové politické subjekty, které nabízejí alternativu k zavedeným politickým stranám,” píše Charvát a Just (s. 99).

Hnutí ANO je odborně označováno jako *bussines-firm party*, tedy za stranu s prvky klasické firemní organizace. Vše podléhá kontrole úzkého managementu strany v čele právě s Babišem (Hloušek & Kopeček, 2019). Babišův diskurz, jakkoliv populistický, je podle Martínka a dalších autorů problematický i v tom, že obviňuje od svého nástupu do politiky ze sociálních a ekonomických problémů skupiny obyvatel, které sám svou předchozí kariérou reprezentuje, tedy (zřejmě zkorumpované) postkomunistické elity, jež ke svému jmění přišly za pochybných okolností (Martínek, 2020, s. 79). Babiš od počátku svého vstupu do politiky hovoří o tradičních stranách jako o „českém Palermu” a politiky z tradičních stran i kvůli předchozím skandálům označuje za „kmotry” (Hloušek & Kopeček, 2019, s. 40).

Babišův populismus, chaotické vládnutí v období pandemie covidu-19 (v Česku se první případy nákazy objevily 1. března 2020 - MZČR, 2020) a trestní stíhání v souvislosti s kauzou Čapí hnízdo (opět viz Kmenta, 2017 a další) přiměly do té doby opoziční strany vytvořit koalici, v nichž společně šly do voleb v roce 2021. Jedna koalice nazvaná SPOLU v sobě sdružovala ODS, KDU-ČSL a TOP 09, zatímco ve druhé kandidovalo hnutí STAN společně s Piráty. Autor bude v praktické části pomocí kritické diskurzivní analýzy zkoumat komunikaci zástupců těchto koalic a stran, které se do poslanecké sněmovny dostaly. V předvolebních průzkumech se poměrně dlouho ukazovalo, že by favoritem na vítězství mohla být druhá zmíněná koalice, tedy Piráti a Starostové, ještě v červnu roku 2021 je favorizoval například průzkum společnosti *Data Collect* (iRozhlas.cz, 2021), už na přelomu června a července ale začala tato koalice podporu v průzkumech postupně ztrácet. Řada politických komentátorů (e.g. Šídlo, 2021) v průběhu roku poukazovala na součást předvolebního narativu tehdejšího premiéra Andreje Babiše, který především na Piráty opakovaně cíleně útočil a tvrdil, že pokud

zvítězí ve volbách a premiérem se stane lídr koalice a předseda České pirátské strany Ivan Bartoš, dojde k „naprostému rozkladu naší společnosti“ (viz praktická část této práce). Babišův narativ byl i v období před volbami ale namířen také proti tradičním a mainstreamovým stranám, jako je ODS či KDU-ČSL, zatímco opoziční strany varovaly před Babišovým chaotickým vládnutím, populismem a obviňovaly Babišovu vládu z ekonomické, zdravotnické a sociální krize, jak autor ukáže ve výzkumné části této práce.

Předvolební vývoj poznamenalo také rozhodnutí Ústavního soudu, který zrušil mimo jiné nutnost koalic získat násobek procenta hlasů pro vstup do sněmovny a zrušil dosavadní způsob přepočtu hlasů voličů na počet poslanců, jelikož tento systém vyhodnotil jako nespravedlivý pro méně úspěšné strany. Do února 2021 platilo, že koalice o dvou stranách musí získat nikoliv pět, ale deset procent hlasů, tříčlenná volební koalice pak musela získat patnáct procent hlasů, vícečlenné koalice by pak musely získat nejméně dvacet procent hlasů. V reakci na tento verdikt prošel zákon, který tyto klauzule stanovil na nové hodnoty – pět procent pro jednu stranu či hnutí, osm procent pro dvě uskupení v koalici a jedenáct procent pro tři a více stran či hnutí kandidujících společně (Seznam Zprávy, 2021). I verdikt Ústavního soudu a následná změna volebního zákona se objevovala především v Babišově narativu jako nespravedlivá a cílená proti němu a hnutí ANO.

Samotné volby proběhly za účasti 65,43 % oprávněných voličů. Nejvíce mandátů, tedy 72, získalo hnutí ANO navzdory nižšímu počtu získaných hlasů. O jeden mandát méně, ale větší počet hlasů (celkem 1 493 905) obdržela koalice SPOLU vedená pozdějším premiérem Petrem Fialou (ČSÚ, 2021). Dalšíh 37 poslaneckých křesel získala koalice Pirátů a hnutí STAN, z nichž ale pouze čtyři získali Piráti. Zbylých 20 mandátů získala Svoboda a přímá demokracie Tomia Okamury. Mimo sněmovnu zůstala poprvé od roku 1989 KSČM a poslanecká křesla nezískala ani do té doby vládní koaliční ČSSD (Ibid.). Podle předvolebních odhadů měl šanci na vstup do sněmovny ještě někdejší ředitel *Útvaru pro odhalování organizovaného zločinu* (ÚOOZ) Robert Šlachta a jeho hnutí Přísaha. Ani on však se ziskem 4,68 % povinnou pětiprocentní hranici nepřekročil (ČSÚ, 2021). Celkem tedy v dolní komoře zůstalo z předchozích devíti stran sedm (konkrétně ANO 2011, ODS, TOP 09, KDU-ČSL, STAN, Piráti, SPD). Vládu následně vytvořily strany tvořící dvě volební koalice, tedy ODS, za níž se premiérem stal Petr Fiala, KDU-ČSL, TOP 09, Piráti a STAN. Předsedkyně TOP 09 Markéta Pekarová Adamová, jejíž předvolební komunikaci také autor analyzuje v praktické části, se

stala předsedkyní Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR, předseda hnutí STAN Vít Rakušan (další z analyzovaných politických aktérů) se pak stal ministrem vnitra. Naopak jen v opozici zůstal Andrej Babiš se svým hnutím ANO 2011 a Tomio Okamura s dalšími 19 poslanci SPD.

4. Metodologie

Autor si pro praktickou část této práce zvolil takzvanou kritickou diskurzivní analýzu. Její pomocí bude analyzovat sdělení čtyř vybraných politiků na sociálních sítích v období dvou týdnů před volbami do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky, které proběhly 8. a 9. října 2021. Vybranými politiky jsou Andrej Babiš z hnutí ANO 2011, jako zástupce „klasických populistů“, Tomio Okamura (Svoboda a přímá demokracie) jako zástupce krajní pravice, Markéta Pekarová Adamová z TOP 09 jako zástupkyně koalice SPOLU, která ve volbách sdružovala spíše konzervativní strany (ODS, KDU-ČSL a TOP 09), a Vít Rakušan z hnutí STAN (Starostové a nezávislí), které ve volbách kandidovalo po boku České pirátské strany. Vyjádření politiků na sociálních sítích (Twitter a Facebook) si autor vybral jednak vzhledem k jejich snadné dostupnosti a možnosti porovnání a také právě z důvodů, které jsou naznačeny v kapitole 2.3.2. Sociální sítě totiž podle již zmíněných autorů odpovídají přesně možnostem populistického narativu, pro který jsou zcela ideálním nástrojem pro komunikaci s elektorátem napřímo bez nutnosti jakéhokoliv mediátora v podobě novinářů či různých pseudoudálostí. Analýza, kterou v této práci autor provádí, je ze své podstaty interdisciplinární, neboť její obsah zasahuje do komunikačních studií, politologie, lingvistiky, okrajově také do sémiotiky.

4.1 Kritická diskurzivní analýza

Autor se při designu výzkumné metody řídí podle toho, jak kritickou diskurzivní analýzu (CDA) vymezil Norman Fairclough (2013). Ruth Wodaková a Gilbert Weiss (2007, s. 11) připomínají, že CDA má základy v rétorice, sociální a textové lingvistice, ale také v pragmatice a aplikované lingvistice. Faircloughovo chápání diskurzu jako trojdimenzionálního fenoménu (viz kapitola 2.2) definuje také samotnou metodologii CDA. Ta se totiž skládá z fáze deskripce (popisu samotného textu, sdělení), interpretace (analýza diskurzivních praktik) a explanace (vysvětlení širšího sociálního kontextu).

Výhodou této metody, jak píše Hilary Janksová (1997), je především možnost zaměřit se na označující (*signifiers*, viz výše), specifický lingvistický výběr slov, jejich juxtapozice (postavení dvou věcí či slov vedle sebe), sekvence a vrstvení (s. 329). Vyžaduje ale také historický kontext, v němž se (znaky, respektive tyto označující) nacházejí. Diskurz je tedy sociálně podmíněn jak na straně tvorby, tak na straně příjmu informací. Podle Janksové je

Faircloughova metoda zásadní a výhodná v tom, že nabízí řadu možností pro analýzu, každá z výše uvedených fází CDA je navíc s tou další bezpodmínečně provázána. Autorka tak doporučuje provádět všechny tři formy (deskripce, interpretace, explanace) simultánně, což během samotné analýzy umožní podle ní výzkumníkovi pochopit procesy tvorby diskurzu lépe, než kdyby postupoval od jedné fáze ke druhé bez simultánního propojení (s. 331).

Dvěma zásadními aspekty pro analýzu jsou koncepty *komunikační události* (communication event) a *řádu diskurzu*, tedy souboru všech diskurzivních typů, které jsou využívány uvnitř společenského pole (diskurz a žánr). Komunikační událost, tvrdí Fairclough, se skládá ze tří částí, jak napovídá celkové Faircloughovo pojetí diskurzu: textu jako takového, diskurzivní praxe a sociální (sociokulturní) praxe. Žánr pak znamená specifickou výseč sociální praxe, tedy v médiích by šlo například o žánr rozhovoru či zpravodajství. Tyto žánry jsou součástí diskurzu médií, který je řízen mediální logikou a zpravodajskými hodnotami. Zcela jiný by pak byl diskurz například v medicíně, na vysoké škole nebo třeba v politice (Fairclough, 1989, s. 145). Autor této práce se bude zabývat právě diskurzem politickým a jeho konkrétními prvky, pravidly a žánry, konkrétně pak specifiky diskurzu populistického.

Ve fázi deskripce se bude autor této práce zabývat samotnou stavbou textů (sdělení), které vybraní političtí aktéři ve vybraném období na sociálních sítích sdíleli. Půjde tedy o popis formální stránky, ve smyslu klasické lingvistické analýzy. Zkoumat autor bude mimo jiné slovní zásobu, strukturu textu či jeho gramatickou stránku. Konkrétně se pak bude zabývat například expresivními a absolutními hodnotami slov, použitými metaforami, využitím sloves, redundancí použitých slov a slovních spojení, interakčními konvencemi, relačními hodnotami textu (vztahy mezi mluvčími) a tak dále. Jorgensenová a Phillipsová (2002, s. 83) uvádí, že se jedná o prvky, jakými texty zacházejí s událostmi a sociálními vztahy. Tím konstruují určité verze reality, sociální identity a společenské vztahy.

Konkrétně se pak autor bude ve fázi deskripce věnovat dvěma zásadním fenoménům, těmi jsou takzvaná tranzitivita a modalita. Při analýze tranzitivity se zabýváme tím, jakým způsobem jsou události a procesy spojeny (nebo naopak nespojeny) se subjekty a objekty. „Zájem spočívá ve zkoumání ideologických důsledků, které mohou různé formy přinášet,” píše autorky (Ibid.). Tedy pokud budeme hovořit například o propouštění v souvislosti s koronavirem, základní informace je zvýšení nezaměstnanosti. Informace se ovšem dá podat řadou způsobů. Tak

například pasivem, tedy ve formě: „V Česku byly propuštěny tisíce lidí.” Pasivem tímto způsobem zbavujeme kohokoliv viny za tento proces a vytváříme pocit, že propouštění je přirozený proces. Dalším rysem tranzitivity je pak takzvaná nominalizace (podstatné jméno zastupuje proces). V tomto případě bychom mohli uvést například: „V Česku došlo k propuštění tisíců lidí.” Nominalizace rovněž upozaduje proces a zdůrazňuje pouze důsledek. Analýzy modalit se zaměřují na míru sounáležitosti mluvčího s výpovědí. Z hlediska interpretace sdělení je totiž zásadní rozdíl mezi třemi formami sdělení:

Vláda je zkorumpovaná.

Myslím si, že je vláda zkorumpovaná.

Možná je vláda zčásti zkorumpovaná.

Mluvčí se v první variantě zcela zavazuje ke svému tvrzení (ve smyslu *vím, že je vláda zkorumpovaná*), které tak nabývá na síle. Ve druhé variantě je mluvčí nadále poměrně blízce spjat se svým tvrzením, protože si sám *myslí, že je vláda zkorumpovaná*. Ve třetí variantě se jedná o výrazně odcizené a poměrně slabé tvrzení. „Zvolená modalita má důsledky pro diskurzivní konstrukci jak sociálních vztahů, tak systémů znalostí a významů,” píše Jorgensenová a Phillipsová (s. 84). Například zpravodajská média a také populisté často využívají ve svém diskurzu takzvaných kategorických modalit, tedy nechávají svá sdělení vynít jako objektivní (*Je to nebezpečné* spíše než *Myslíme si, že je to nebezpečné*).

Ve druhé (simultánní) fázi se autor bude zabývat formami diskurzivní praxe. Autor bude zkoumat, jakým způsobem vybraní aktéři využívají možností sociálních, jak se jim přizpůsobují (například zjednodušením určitého sdělení). Zabývat se bude také určitou mediální logikou a logikou publika, tedy například tím, kdy (v jaký čas a den) vybraní aktéři své příspěvky sdíleli. Klíčová bude také intertextová návaznost na jiné příspěvky či řetězce příspěvků. Jednoduše řečeno se v této fázi bude autor zabývat identifikací a interpretací různých diskurzivních typů (diskurzů a žánrů, viz výše) spojených s určitými typy situací. Fairclough (1989, s. 148) tvrdí, že v této fázi analýzy se zaměřuje na:

- 1) to, o co jde (*what is going on*)
- 2) toho, o koho jde (*who is involved*)
- 3) vztahy mezi subjekty (*relationships between subjects*)

4) roli jazyka v tom, o co jde (*role of language in what is going on*)

Jde o fázi, kdy velkou roli bude hrát interdiskurzivita a zmíněná intertextualita jednotlivých sdělení. Autor bude analyzovat jejich vzájemnou podmíněnost, řešit bude také to, jaké různé diskurzy se mohly ve sděleních smíchat.

Třetí, tedy takzvaná explanační fáze, si klade za cíl analyzovat širší společenskou praxi, které jsou předchozí dvě dimenze součástí. Kontextualizace má dva aspekty. Jednak je třeba zkoumat vztah mezi diskurzivní praxí a jejím řádem diskurzu (Fairclough, 1992, s. 237). Autor se bude snažit odpovědět na otázky, do jaké sítě diskurzů diskurzivní praxe patří, jak jsou diskurzy distribuovány a regulovány napříč texty a tak dále. Zároveň bude autor analyzovat částečně nediskurzivní, sociální a kulturní vztahy či struktury, které tvoří širší kontext diskurzivní praxe, respektive sociální vzorec diskurzu (Ibid.). Cílem bude odpovědět na otázky, jakým institucionálním a ekonomickým podmínkám diskurzivní praxe podléhá, k čemuž je potřeba vycházet z jiných teorií, jako je například teorie pole (Bourdieu, 1979) nebo sociální a kulturní teorie. Právě analýza diskurzivní praxe a jejích konkrétních projevů v souvislosti se širší sociokulturní praxí přináší závěrečné výsledky analýzy (Jorgensenová & Phillipsová, 2002, s. 86).

Cílem CDA je určitá forma kritické explanace (vysvětlující kritika). Autor bude mít o něco ulehčenou práci i s ohledem na to, že Volosinov (1973, s. 24) tvrdí, že společenský význam sdělení či skupiny sdělení se nejlépe analyzuje v období velké společenské transformace, revoluce či krize obecně (v analyzovaném období autor za krizi považuje pandemii koronaviru). Formulace hypotéz a výzkumných otázek v následující části odpovídá metodologii, kterou autor v této části popsal.

4.2 Vymezení výzkumných otázek a hypotéz

Jorgensenová a Phillipsová (2002, s. 76) se domnívají, že výzkumné otázky mají svým vyzněním odpovídat konkrétnímu výzkumnému problému, tedy v tomto případě snaze poukázat na populismus jako na formu diskurzivní strategie, kterou využívají i takzvaní mainstreamoví politici. Zásadní je podle nich pokládat otázky tak, aby výsledkem byla již výše zmíněná „vysvětlující kritika“. Nutné je také položit otázku na vztah mezi diskurzivní praxí a

sociálním kontextem (v současné situaci autor považuje za nezbytné zkoumat především vliv pandemie koronaviru).

VO1: Jaké diskurzivní praktiky a lingvistické prvky populismu lze u jednotlivých aktérů ve vybraném období sledovat?

V této deskriptivní otázce se autor bude zabývat výše zmíněnými prvky čistě formálními (stavbou vět, slovní zásobou, modalitami a tranzitivitou a tak dále), diskurzivními praktikami jednotlivých vybraných aktérů.

VO2: Jak se lišil diskurz mezi jednotlivými vybranými aktéry?

Autor si bude všimnout rozdílů v komunikaci vybraných aktérů. Sledovat bude nesrovnalosti vycházející z výsledků zkoumání VO1.

VO3: Jak vypjatá situace v souvislosti s pandemií koronaviru ovlivnila politický diskurz vybraných aktérů?

V této kauzální otázce bude autor odpovídat na problematiku vztahu diskurzivní praxe a sociálního, kulturního a ekonomického kontextu. Konkrétně autor bude sledovat, jakým způsobem se aktéři o pandemii vyjadřovali, jaká slova využívali a kdo stál v centru pozornosti.

VO4: Jak se diskurz měnil s blížícím se datem voleb?

Tato výzkumná otázka se zaměřuje na to, zda a jakým způsobem se změnila intenzita, nebo dokonce forma komunikace v souvislosti s blížícími se volbami.

VO5: Jak ve vybraném období vybraní političtí aktéři využívali možnosti sociálních sítí?

Autor si bude všimnout intertextuality, kterou sociální sítě ve zvýšené míře umožňují. Navíc nabízí možnosti kombinace různých forem diskurzu a různých forem sdělení (audiovizuální, čistě vizuální, textová). Sledovat bude rozdíl mezi příspěvky na Facebooku a na Twitteru, který má výrazné omezení v podobě počtu znaků na příspěvek.

Autor této práce zároveň pro potřeby užšího vymezení výzkumného problému bude v následujících odstavcích formulovat hypotézy, které vycházejí z odborné literatury. Domnívá se totiž, že teoretická část této práce obsáhla řadu teoretických konceptů a argumentaci, z níž hypotézy vychází. Autor počítá s tím, že nebude analyzovat každý konkrétní příspěvek na sociálních sítích zvlášť, nýbrž spíše zkoumat řetězce sdělení a opakující se prvky a vzorce, které v nich zaznamená.

H1: Prvky populistického narativu se v nějaké míře objevují u všech vybraných aktérů, ve větší pak u Tomia Okamury a Andreje Babiše.

Autor se domnívá, že určitá forma populistického narativu se objeví u všech vybraných aktérů, tedy i u těch, které bychom za populistické běžně neoznačili.

H2: Konkrétní projevy populistického diskurzu se u jednotlivých aktérů výrazně neliší.

U jednotlivých aktérů se nebudou zásadně lišit konkrétní prvky především v deskriptivní a diskurzivně praktické rovině. Autor odhaduje, že Andrej Babiš a Tomio Okamura ale budou užívat například více absolutních významů, více takzvaných kategorických modalit a podobně. Zároveň budou vinit ze stejných sociálních a ekonomických problémů jiné aktéry.

H3: S blížícími se volbami se vybraní aktéři dopouštěli čím dál tím intenzivněji populistických sdělení.

Autor se domnívá, že čím více se blížily volby, tím více agresivně a černobíle, nebo naopak mnohem vstřícněji a klidněji vybraní aktéři komunikovali.

H4: V centru pozornosti zůstali stále spíše političtí protivníci nebo takzvané elity, nikoliv konkrétní společenské problémy.

Tato hypotéza pramení přímo z konkrétní literatury, která tento fenomén popsala na relativně malém vzorku (Cerviová, García & Marín-Lladó, 2021), nicméně autor této práce má za to, že se během výzkumu potvrdí, že v centru pozornosti populistického narativu zůstali spíše političtí

protivníci či elity, než samotné problémy (pandemie a s ní související ekonomické a sociální problémy)

H5: Všichni vybraní aktéři využívají sociální sítě pro komunikaci s elektorátem i útoky na své protivníky.

Autor této práce se i z vlastní zkušenosti z praxe domnívá, že každý z vybraných aktérů používá sociální sítě, každý ale trochu jiným způsobem. Rozumí tím využívání ve smyslu užití všech funkcí, které sociální sítě nabízí, ale také konkrétní formu komunikace, kterou prostřednictvím sociálních sítí využívají.

4.3 Limity metody a pozice autora

Autor této práce si uvědomuje s ohledem na nastudovanou odbornou literaturu limity vybrané metody a analyzované materie. Sám Fairclough, ale i další autoři (e.g. Jorgensenová & Phillipsová, 2002) se domnívají, že kritická diskurzivní analýza nemůže ze své podstaty být zcela objektivní. Výzkumníci se obvykle staví na určitou ideologickou stranu. Autor této práce otevřeně přiznává, že není podporovatelem politiky Tomia Okamury ani Andreje Babiše, snaží se nicméně konvergovat k objektivitě mezi všemi vybranými politickými aktéry a pomocí CDA u nich odhalovat populistické komunikační prvky. Autor zároveň není členem žádné politické strany, nedochází tak k žádnému střetu zájmů.

Zásadním limitem je pak absence dopadu komunikace vybraných aktérů na sociálních sítích na veřejné mínění případně na volební výsledky. Nicméně autor této práce se domnívá, že tato analýza by mohla být odrazovým můstkem k dalšímu výzkumu, třeba zmíněných dopadů, které se mohly, ale nemusely promítnout ve volbách v říjnu roku 2021. Zkoumat by se také dalo propojení komunikace vybraných aktérů na sociálních sítích a zásah jejich sdělení v tradičních i nových zpravodajských médiích, případně interpretace vybraných sdělení ze strany novinářů. Autor této práce si uvědomuje, že vybraná metoda, vzorek i období popisuje spíše to, jakým způsobem je diskurz ovlivňován svým okolím, a že nemá z podstaty této práce zkoumat, jak diskurz vybraných aktérů konstruuje sociální realitu a vnímání světa (jak uvádí Fairclough, 1992) mezi lidmi v jejich okolí, dalšími uživateli sociálních sítí, voliči nebo novináři.

Obecně je také problém určit přesnou demarkační linii rozdílu mezi tím, co lze označit za diskurzivní a co už ne (Jorgensenové & Phillipsová, 2002. s. 89). Navíc Fairclough ve své metodě na rozdíl od Laclaua a Mouffeové nebere v potaz sociálně psychologické rozměry problematiky diskurzu. Autor ovšem navzdory těmto vyjmenovaným limitům považuje z výše uvedených důvodů tuto práci za přínosnou pro pochopení pojmu populismus ve smyslu diskurzu a jeho projevů nejen u aktérů, kteří jsou například v médiích za populisty běžně označováni, ale také u těch, kteří spadají spíše do kategorie tradičních, mainstreamových politiků.

5. Praktická část – Analýza komunikace vybraných politických aktérů

V této části bude autor na základě vybrané metodologie analyzovat ve vybraném období komunikaci vybraných politických aktérů. Všimát si bude forem populistické komunikace, včetně agresivních (ale nejen vulgárních či hrubých) sdělení. Právě agresivita ve sděleních vůči politickým oponentům se může podle Svobodové (2017) projevat řadou jiných způsobů, včetně zesměšňování, ponižování a dalších forem vyjadřování. Všimá si například využití deminutiv (zdrobnělin) v depreciativním významu, frázi a floskulí, tedy květnatých, ořelých a bezobsažných vyjádření v politické komunikaci, v dalších úrovních výzkumu pak konkrétních forem propojení různých polí, diskurzů a také sociálního, ekonomického a politického kontextu.

5.1 Markéta Pekarová Adamová

Markéta Pekarová Adamová (předsedkyně TOP 09) zveřejnila ve sledovaném období 90 příspěvků na Facebooku a 61 příspěvků na Twitteru. Současně retweetovala 14 příspěvků spřátelených představitelů koaličních partnerů (ODS a KDU-ČSL). Přestože aktivita Pekarové Adamové byla zhruba o třetinu vyšší na Facebooku než na Twitteru, je to paradoxně druhá jmenovaná sociální síť, kde má Pekarová Adamová více sledujících (téměř 4krát více). Právě na Twitteru pak Pekarová Adamová přednostně využívala výrazně sloganovitou, útržkovitou a často z kontextu vytrženou rétoriku.

Její příspěvky by se daly rozdělit na skutečně programové (velká menšina, v podstatě jednotky), propagace vlastní osoby (Pekarová Adamová matka, sportovkyně, politička), ale nadpoloviční většina příspěvků se týkala útoku na tehdejšího premiéra Andreje Babiše a jeho hnutí ANO. Pro něj využívala označující *zloděj, oligarcha, mafíán, šašek, Andrej Babiš nemocný, Andrej Babiš unavený* a tak dále. Negativně zabarvená slova pak využívala i na Babišovu bývalou firmu Agrofert, která byla v té době ve svěřenském fondu, čili fakticky nešlo dokázat, že by ji Babiš skutečně řídil. Samotný pojem *agrofertizace státu* použila Pekarová Adamová opakovaně jako synonymum slova *oligarchizace*, tedy pojem ve smyslu přebírání moci úzkou skupinou lidí spjatých s holdingem Agrofert, který spadá do svěřenského fondu

premiéra Babiše. Oligarchizace a v tomto případě i agrofertizace je přitom proces, který v Česku není nijak dokázan, Pekarová Adamová se odkazuje pouze na několik kauz spojených konkrétně s Andrejem Babišem a jeho firmou. Na Babišovy „mafíánské“ praktiky Pekarová Adamová poukazuje i dalšími označujícími, jako například slovem *chobotnice*. V jednom z příspěvků hovoří o tom, že Babišova „*chapaďla*“ jsou „*rozlezlá všude*“. Opět využitím specifických (metaforických) označujících pro konkrétní označované vytváří dojem, že Andrej Babiš je mafián.

Řadu příspěvků Pekarová Adamová doprovází hashtagem hesla koalice SPOLU, které bylo převzato ze sportovního diskurzu: *Pískej konec*.⁷

Autor zde uvádí pouze výběr příspěvků tohoto typu:

Babišova drahoty. #piskejkoniec (27. 9. 2021)

Strašení místo vize? Už stačilo. #piskejkoniec (28. 9. 2021)

Konec ministrům v dresu Agrofertu. #piskejkoniec (29. 9. 2021)

Politika hnutí ANO, to je fakt STOKA. #piskejkoniec (1. 10. 2021)

Neschopná ministryně financí. #piskejkoniec (3. 10. 2021)

Série těchto příspěvků má nejen sloganovitou strukturu (nepoužívá žádné, maximálně jedno sloveso). Navíc v nich kromě již zmíněných označujících používá i řadu dalších. Jedním z nich je sousloví *Babišova drahoty*. Před volbami používala koalice SPOLU kampaň pod záštitou tohoto označujícího. Kampaň byla založena na tvrzení, že během vlády kabinetu Andreje Babiše vinou neschopnosti premiéra a jeho ministrů zdražily základní potraviny a životní potřeby. Pekarová Adamová pak sousloví, které je výrazně zjednodušené, používá opakovaně. Součástí kampaně byl i leták (viz obrázek č. 2), na němž je Andrej Babiš vyobrazen v logu, které vychází z předlohy loga společnosti Kostelecké uzeniny (KU), která spadá pod koncern Agrofert. KU měly, stejně jako další firmy z tohoto holdingu, čerpat nezákonné dotace.

Kampaň je ovšem jako celek prakticky ve všech ohledech nepravdivá. Například uvádí, že cena konzumního chleba *před Babišem* byla na úrovni 16,90 korun za kus, *po Babišovi* pak měla

⁷ Jde o výzvu, kterou hráči a fanoušci týmu především ve fotbale apelují na rozhodčího, aby utkání ukončil, buď proto, že jsou ve vedení a chtějí už mít jistotu vítězství, nebo že považují výkon rozhodčího nebo druhého týmu za nějakým způsobem ovlivněný, nevhodný, nešikovný.

být 28,90 korun za kus. Tyto údaje jsou ovšem nepřesné, ať už by koalice SPOLU, jak v kampani uvádí, brala za období *před Babišem* úsek do roku 2013, kdy se Andrej Babiš po volbách stal ministrem financí, nebo do roku 2017, kdy Babišovo hnutí ANO volby vyhrálo. Kampaně tvrdí, že srovnávala *nabídky nejrozšířenějších obchodních řetězců* v červenci 2013 a srpnu 2021. Podle Českého statistického úřadu byla ale průměrná cena v červenci roku 2013 na úrovni 23,15 korun za kus, v tomtéž měsíci roku 2017 pak na úrovni 24,52 korun. Jediný údaj, který víceméně sedí, je tedy ten, že v říjnu roku 2021 stál chléb dokonce asi 29,56 korun, což je blízko ke koalici SPOLU uváděným 28,90 korunám (ČSÚ, 2022).⁸ Rozdíl v cenách, který měl způsobit Babiš, je i u dalších produktů zcela mylný, a proto se v případě *Babišovy drahoty* jedná o označující, které neodpovídá označovanému, a dochází tak k falešné argumentaci.



Obrázek č. 1 – Příklad plakátu koalice SPOLU sdílený 27. září, 2021

Ve sloganovitých příspěvcích Pekarová Adamová obviňuje také ministryni financí Alenu Schillerovou z neschopnosti, na což navazuje i v dalších příspěvcích (viz níže). Recipient informace musí opět jen vytušit, že autorka příspěvku myslí neschopnost především při tvorbě státního rozpočtu a investování, což Pekarová Adamová sice říká v dalších příspěvcích, ale vždy velmi zkratkovitě. Rozpočet, respektive státní dluh, označuje například za *absolutně rekordní* (dvojnásobně absolutní, negativní význam). Ekonomika a státní rozpočet jsou přitom velmi komplikovaná odvětví vládní politiky, v němž se zkratkovitá sdělení hodí ještě méně než

⁸ ČSÚ pracuje s cenou za jeden kilogram konzumního kmínového chleba, koalice SPOLU údajně pracovala s cenami obchodníků.

v jiných případech. V dalším příspěvku, v němž hovoří o politice ANO jako o *stoce*, musí opět recipient sdělení chápat kontext. Slovo *stoka* má už tak v českém prostředí negativní konotaci, nicméně v souvislosti s politickou scénou dostalo nový rozměr. Tímto označujícím se totiž v médiích přezdívá kauze brněnské buňky hnutí ANO, kterou policie vyšetřovala v souvislosti s ovlivňováním veřejných zakázek (ČT24, 2022).

Sportovní terminologii Pekarová Adamová užívala v jiných případech, například těsně před volbami napsala krátký příspěvek: *Finální knock-out*.⁹ Kromě hesla *Pískej konec* Pekarová Adamová použila i další zjednodušující vysvětlení spojené s fotbalem. V souvislosti s pomalým procesem vyšetřování otravy řeky Bečva (viz níže) například uvedla: *Představte si, že majitel klubu je i rozhodčím, který má nestranně pískat zápas, kde hrají i jeho kluci* (příspěvek z 5. 10. 2021 na Facebooku). Jde o velmi zjednodušenou metaforu, kterou se snaží popsat komplexní procesy vyšetřování a práce státního zastupitelství tak, aby jí porozuměli i běžní občané (sportovní fanoušci).

Dalšími lingvistickými prvky, které Pekarová Adamová ve své komunikaci ve vymezeném období využívala, byla slova s absolutním významem a významem destrukce. Hovoří mimo jiné o „*totálním selhání státu, bezbřehém rozhazování*“ vlády Andreje Babiše nebo o tom, že „*stát pod vedením Andreje Babiše zkrachuje*“. V řadě příspěvků Pekarová Adamová vytváří zcela zjevně situaci *my vs. oni*. Konkrétní využití takzvané manicheánské opozice můžeme sledovat například v příspěvku, který Pekarová Adamová napsala krátce před začátkem voleb.

„Andrej Babiš měl asi dlouhou noc a žalovat je to, co teď chce nejvíc, proto mi kvůli mým výrokům o jeho zámku na Riviéře poslal předžalobní výzvu s požadavkem omluvy. Ne, @AndrejBabis fakt se neomluví. Lžete o nás vy, my říkáme pravdu, kterou nechcete slyšet.“
(7. 10. 2021, Twitter)

Pekarová Adamová v opoziční rétorice neuvádí konkrétní pravdu, kterou „my“ (koalice SPOLU) říkají, neuvádí ani konkrétní lži, o nichž „oni“ mluví. V této fázi je nutné zapojit znalost kontextu a transtextuality. Babiš opakovaně označoval tradiční strany (včetně ODS) za zkorumpované, za součást mafiánské sítě. Lze se tedy domnívat, že Pekarová Adamová myslí tato Babišova tvrzení. Takzvaný demokratický blok (ODS, KDU-ČSL, TOP 09, Piráti, STAN)

⁹ Tento pojem zase pochází z bojových sportů. Značí vyřízení protivníka tak, že nemůže bojovat dál.

opakovaně označoval Andreje Babiše za lháře a zloděje. Opět se tedy lze domnívat, že Pekarová Adamová myslí tyto „pravdy“. V tomto příspěvku se jasně ukazují limity Twitteru, který je omezen na určitý počet znaků (280). Sdělení je tedy extrémně krátké a bez znalosti kontextu působí spíše jako výkřik. Na Facebooku se nicméně nevyjadřovala ve většině příspěvků žádným výrazně více vysvětlujícím způsobem (viz obrázek č. 2).



Obrázek č. 2 – Příspěvek Markéty Pekarové Adamové z 30. září 2021

V tomto příspěvku staví do opozice kandidáta ODS Petra Fialu (bez vyřčení jména), pro něhož využívá označující *kompetentní* a *slušný* člověk, zatímco nevyřčeno zůstává i jméno Andreje Babiše, kterého ale Pekarová Adamová identifikuje ve svém narativu pomocí opakujících se slov, která spojuje s Andrejem Babišem – *lhář* a *spolupracovník Státní bezpečnosti* (StB). Zároveň používá další z často opakujících se forem svého diskurzu, tedy výzvu směřující k *lidu*. Pekarová Adamová v tomto a v řadě dalších příspěvků připisuje odpovědnost za výsledek voleb a tím potenciálně i za budoucnost země právě *lidu*. Dopouští se navíc jakési formy prázdné definice. Uvádí totiž, že volby rozhodnou, kdo bude premiérem, což je přitom obvyklá funkce voleb, kterou běžný volič chápe.¹⁰ Svůj příspěvek doprovází vizuálním sdělením s výsledkem hlasování z regionálního listu *Deník*. Vizuální sdělení však zpracovala sama koalice SPOLU, Pekarová Adamová ani nesdílí odkaz na původní článek, kde by se výsledky daly okamžitě ověřit. Navíc průzkum *Deníku* pramenil pouze z ankety přímo v článku, nešlo tedy o žádný strukturovaný a reliabilní výzkum (viz *Deník*, 23. 9. 2021).

¹⁰ Autor této práce má na mysli běžnou situaci, tedy nikoliv například jmenování úřednické vlády. Mohou sice nastat situace, kdy se premiérem nestane zástupce strany s nejvíce hlasy, nicméně všichni poslanci se do sněmovny dostávají po volbách, čili i vláda, za běžných okolností, vzniká na základě voleb

Pekarová Adamová opakovaně využívala ve svém narativu citově zabarvená slova. Premiéra Andreje Babiše například označila za „malé vztekající se dítě“ (viz obrázek č. 3) nebo za „nemocného, roztěkaného“ muže. Tvrzení, že je Babiš nemocný, přitom ničím nepodložila, šlo tedy, alespoň podle toho, co může čtenář pochopit, o její domněnku, respektive o soukromý názor na jeho zdravotní či duševní stav.



Obrázek č. 3 – Příspěvek Markéty Pekarové Adamové na Twitteru ze dne 24. září 2021

Pekarová Adamová v tweetu na obrázku č. 3 opět velmi zjednodušuje svá sdělení. Opírá se sice o data, ale tato data nijak nevysvětluje, pouze s nimi útočí na vládu Andreje Babiše. Například u sdělení o 20 kilometrech postavených dálnic musí recipient pochopit, že to znamená málo, aby mělo sdělení význam. Autorka sdělení by měla nabídnout srovnání s minulostí, vysvětlit, proč je 20 kilometrů dálnic málo a jak by se měly dálnice stavět jinak. Také by měla ve sdělení s úmrtími a státním dluhem uvést, že se jedná o souvislosti s bezprecedentní situací pandemie covid-19. Vysvětlení chybí také u *katastrofy*, tedy havárie a otravy řeky Bečvy.¹¹ Ze všeho navíc obviňuje Andreje Babiše, opět bez předložení důkazů. Navíc ve svém sdělení naznačuje, že je Andrej Babiš odtržený od reality a žije především na Facebooku, na což ale sama reaguje příspěvkem na sociální síti. Jde o příklad přesunu politické interakce ze skutečného světa do kyberprostoru, prvotní sdělení Andreje Babiše proběhlo na Facebooku, reakce Pekarové Adamové na Twitteru.

Autorka příspěvků se přímo o pandemii koronaviru zmiňuje jen velmi zřídka a vždy pouze v souvislosti s vinou Andreje Babiše a jeho vlády. To tedy odpovídá čtvrté hypotéze z metodologické části této práce a jde o fenomén v souladu s tezí, která byla při formulaci této hypotézy uvedena (Cerviová, García & Marín-Lladó, 2021). Pekarová Adamová v narativu

¹¹ Například *iRozhlas*, 2021. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/becva-deza-vysetrovani-havarie-znalec-policie_2104021852_ban

svých příspěvků zmiňuje pandemii spíše jako nešťastnou okolnost, nicméně vinu za negativní důsledky pandemie dává právě Babišovi. O premiérovi Babišovi hovoří jako o politikovi, který byl *worst in covid*.¹²

V příspěvcích, v nichž autorka hovoří sama o sobě, se označuje za sportovkyni nebo za *silnou ženu*, která se nenarodila do bohaté rodiny. „Nenarodila jsem se se stříbrnou lžičkou v puse,” říká doslova v jednom z příspěvků na Facebooku. Snaží se tak na sebe poukázat jako na „ženu z lidu”, což je další z typicky populistických prvků politického narativu, které jsou popsány v teoretické části této práce. Pekarová Adamová se opakovaně odkazuje na prezidenty Václava Havla a Tomáše Garrigua Masaryka nebo (pouze v jednom případě) na spisovatele Karla Čapka, tedy na osobnosti, které v českém kontextu symbolizují pravdomluvnost, čest apod.

V závěru lze ještě uvést několik specifických (audio)vizuálních sdělení, které lze považovat za populistická z hlediska významu i formy. Jednak Pekarová Adamová sdílela videa, která měla simulovat klasickou zpravodajskou relaci, v tomto případě s názvem *Zprávy z budoucnosti*. V nich koalice SPOLU lidem nabízela svou vizi toho, jak by Česká republika vypadala, kdyby premiérem zůstal Andrej Babiš nebo kdyby se do vlády dostal Tomio Okamura. Nenabízí v nich tak představy, jak by se země vyvíjela, kdyby vládla koalice SPOLU a kdyby naplnila svůj program, ale spíše fabulativním způsobem vytváří destruktivní obraz budoucnosti, o níž nemůže mít nikdo žádnou reálnou představu. Sama za sebe pak sdílela hned dva příspěvky z odkazem na známý film a seriál z kategorie populární kultury. V jednom z nich vystupuje jako postava z filmové série Matrix. V krátkém klipu (ve stopáži 1 minuta a 14 vteřin) zveřejněném 7. října 2021 obviňuje Pekarová Adamová *Holding (Agrofert)* z toho, že prostupuje všemi sférami společnosti, a tak ji i ovládá. „Pokud si vyberete pilulku z *Průhonic, příběh končí*. (...) *Nebo sáhnete po pilulce SPOLU a díky vám dáme Česko znovu dohromady*,” říká Pekarová Adamová ve videu. Opět tak vytváří manicheánskou opozici, ve které dělí, podobně jako v řadě dalších příspěvků, politický souboj v České republice v říjnu 2021 jen na souboj SPOLU proti Andreji Babišovi. O jiných politických aktérech, stranách a hnutích ve vybraném období prakticky nehovoří.

¹²Jde o reformulaci tvrzení, které o sobě dvakrát řekl premiér Babiš do médií, tedy že Česko je naopak *best in covid*, což z hlediska dat (hospitalizací, úmrtí a tak dále) rozhodně není pravda, není ale ani úplná pravda, že by bylo Česko *worst in covid* (viz například statistiky Univerzity Johnse Hopkinse. Dostupné z: <https://coronavirus.jhu.edu/map.html>)

Dalším odkazem na popkulturní dílo je příspěvek, na němž je nápis hnutí ANO vyobrazeno jako symboly na kartičce, kterou obdrží soutěžící v úspěšném jihokorejském seriálu Netflixu *Hra na oliheň* (viz obrázek č. 4).¹³ K příspěvku pak píše, že „*nastal čas ukončit Babišovu hru*“. Tím Babiše přirovnává právě k organizátorům brutální hry, v níž se lidé museli zabíjet pro pobavení bohatých. V jednom krátkém příspěvku pak hovoří o tom, že „*Andrej Babiš sbírá kauzy jako Pokémony*“, naznačuje tedy, že jich Babiš sbírá hodně, stejně jako to dělají postavy v populárním japonském seriálu pro děti.



Obrázek č. 4 – Příspěvek Markéty Pekarové Adamové ze 7. října 2021, v němž pomocí vizuálního sdělení připodobňuje hnutí ANO k organizátorům smrtící hry v seriálu *Hra na oliheň*

V narativu Markéty Pekarové Adamové je po podrobném zkoumání vidět řada populistických prvků, ať už hovoříme o lingvistickém, diskurzivním, či kontextovém měřítku. V menším množství ale také hovoří Pekarová Adamová o svých prioritách, o programu koalice SPOLU atd. Její rétorika na Facebooku a na Twitteru se nijak výrazně nemění, nicméně na Facebooku s ohledem na jeho možnosti v řadě případů nabízí o něco hlubší (minimálně delší) vyjádření. V celkovém pohledu však v jejím projevu výrazně převažují prvky, které jsou spíše populistické. Z výše uvedeného výčtu prvků populistického narativu podle Braccialeové a Martelly (2017, s. 1314) se Pekarová Adamová dopouští kumulativního obviňování, využívá rétoriky strachu (tvrdí, že pokud zvítězí Babiš, bude *totálně* zničena ekonomika, právní a

¹³ Hlavní dějovou linkou tohoto seriálu je soutěž, kterou organizují bohatí lidé pro chudé, zadlužené občany, kteří se navzájem zabíjejí, aby získali vysokou finanční odměnu

sociální stát, a tedy i životy lidí), neformálního narativu (nespisovná či hovorová čeština), zjednodušování sdělení, frází a floskulí (například věta „*Už nikdy fronty na banány*“, která odkazuje k éře komunismu) a intimizace obsahu. Autor této práce se nedomnívá, že by šlo o takzvaný antipopulismus, protože o kritice populistů Pekarová Adamová nehovoří. Na Andreji Babišovi, hnutí ANO a dalších politických aktérech kritizuje jiné charakteristiky než jejich populistický diskurz.

5.2 Tomio Okamura

Předseda hnutí Svoboda a přímá demokracie Tomio Okamura sdílel ve vymezeném období 102 příspěvků na Facebooku, na druhé sledované sociální síti pak téměř o polovinu méně, konkrétně 53 příspěvků. Jeho způsob využívání obou sociálních sítí se výrazně lišil, což autor popíše v dalších odstavcích. Na Twitteru má Okamura asi sedmkrát méně sledujících než na Facebooku, který se tak i z hlediska počtu a charakteru příspěvků dá považovat za jeho hlavní nástroj komunikace směrem k elektorátu. Další klíčovou sítí je pro Okamuru YouTube, z něž velmi často sdílí svá natočená sdělení.

Okamura opakovaně využívá téměř všech prvků populistického narativu, včetně vulgarismů. Na rozdíl od Pekarové Adamové verbálně neútočí pouze na Andreje Babiše, ale především na obě koalice, tedy na SPOLU a Piráty a Starosty. Pro ně používá označující *prouprchlický, sluníčkářský, neomarxistický, destruktivní* a tak dále. Velmi často a velmi negativně se vyjadřuje také o takzvaném *Západu*, za který dle svých sdělení považuje Evropskou unii (především Francii a Německo) a Spojené státy. Pro Západ Okamura ve svých sdělení používá označující *zdegenerovaný* či *diktátorský*. Dalším klíčovým tématem je v Okamurově narativu naopak podpora českých vlastenců a nižší střední třídy. O pandemii koronaviru Okamura téměř nehovoří a pokud ano, tak v souvislosti s omezováním osobní svobody, naopak za zdroj většiny problémů považuje právě Evropskou unii, kterou označuje za *sluníčkářský neomarxistický superstát*.

Tento *superstát* podle Okamury *fatálně* poškozuje české zájmy, například vytvořením společné měny ve formě eura, *západním aktivismem* a *genderismem*. 8. října, tedy v den voleb, Okamura doslova napsal, že „*EU nás (Českou republiku) zničí genderismem, sluníčkářským neomarxismem, islamizací a Zeleným údělem*“. Řadu pojmů využívá zcela náhodně, jiné zase ve zcela zkresleném kontextu, který neodpovídá pravým označovaným (například v případě

genderismu). V souvislosti s Evropskou unií vytváří zcela jasnou situaci my vs. oni. O SPD totiž v českém kontextu hovoří jako o *jediné vlastenecké straně*, případně ve svých příspěvcích dodává, že jde o jedinou *relevantní* českou vlasteneckou stranu. Podle Okamury je *zdegenerovaný Západ* reprezentován především Francií a Německem, pod jejichž *hegemonií* má vzniknout právě zmíněný *superstát*. Toto své tvrzení dokládá například tím, že Francie a Německo mají údajně podporovat *existenci stovek pohlaví* nebo *šílený Zelený úděl*¹⁴. Okamura na svém profilu podporuje interakci se sledujícími například anketami, v nichž mají lidé hlasovat, zda by preferovali Českou republiku jako *suverénní stát* nebo jako *provincii Evropské unie*. Vytváří tak dojem, že Češi se mají stát jakýmsi vazalským státem, který nebude mít možnost rozhodovat sám o sobě, a že pouze *pravý vlastenec* chápe, jak velké nebezpečí EU pro Česko představuje.

V jednom z příspěvků například sdílí představu, jak by v novém uspořádání Evropy podle jeho interpretace mohl vypadat dětský slabikář.



Obrázek č. 5 – Příspěvek Tomia Okamury na Twitteru a Facebooku ze dne 7. října 2021

Okamura u vizuálního sdělení (obr. č. 5) píše: *Nechci, aby si tohle naše děti musely číst ve slabikářích!* Samotné vizuální sdělení je jasné, neboť je vyobrazeno s pozadím vlajky Evropské unie. Okamura tak implikuje, že to bude právě uspořádání Evropské unie a její *multikulturalismus* a *prouprchlické* a *genderistické* hodnoty, které zcela změní kulturu členských států. Jde o jasnou analogii ke klasickým říkankám jako *Ema mele maso* atd. Spojení *Ema má burku* a *Ahmed je tu doma* naznačuje, že Evropská unie podporuje imigraci, *Máma je táta* směřuje na zmíněný, podle Okamury zcela nesmyslný, *genderismus* a *Gréta má pravdu* zase na *fanatický ekologismus* EU zosobněný mladou švédskou aktivistkou Gretou

¹⁴ tzv. Green Deal, který má dostat evropskou energetiku do fáze, kde by jednotlivé země byly schopny čerpat energii z obnovitelných zdrojů

Thunbergovou. Poslední věta *Ó my se máme zase odráží* Okamurovu opakující se myšlenku, že EU je *totalitářská* a všichni občané se podle Okamurovy rétoriky musí podvolit její vůli, a ještě navíc ji mají oslavovat. Autor tímto příspěvkem směřuje, stejně jako naprostou většinu dalších, ke konzervativní nižší střední třídě, což je skupina obyvatelstva, u níž je obzvláště úspěšný (krajně) pravicový populismus (Pelinka, 2013, s. 10). Zásadními hesly kampaně SPD je mimo jiné *Ne migraci* nebo *Ne Islámu*. Okamura ve svých sděleních opakovaně vyjadřuje prvky xenofobie, konkrétně pak islamofobie a homofobie.

V řadě příspěvků Okamura opakuje slovo *Czexit* jako souhrnný název jakéhosi projektu odchodu České republiky z Evropské unie. Tento pojem je převzatý z diskurzu Velké Británie, kde se slovo *Brexit* používalo ve stejném smyslu slova, respektive v souvislosti s procesem odchodu VB z EU. Okamura opakovaně využívá absolutní významy slov, kterými naznačuje destrukci českého státu a několikrát také doslova vyzval *k boji proti diktátu EU*. Pracuje tak s politikou strachu, jejímž prostřednictvím aktivizuje svůj potenciální elektorát. V souvislosti s bojem proti údajně *totalitní* Evropské unii například napsal: *Voláme k mobilisaci všechny věrné Čechy, Moravany a Slezany k boji za naši vlast. (...) Byli jsme před unií a budeme i po ní*. Naznačuje tak, že Evropská unie je pro Českou republiku přítěží, nikoliv subjektem, který pomáhá české ekonomice i postavení Česka v rámci Evropy i světa.¹⁵ Okamura naopak vyzývá k jednotě v rámci střední Evropy a většímu propojení ČR s takzvanou Visegrádskou skupinou (Česko, Maďarsko, Polsko, Slovensko). Za největší spojence Česka kromě těchto zemí (a jmenovitě například maďarského premiéra Viktora Orbána, známého svou konzervativní, protiimigrační a populistickou politikou) považuje Okamura další předsedy krajně pravicových subjektů: Mattea Salviniho (italská Liga Severu), Geerta Wilderse (nizozemská Strana pro svobodu) a Marine Le Penovou (francouzská Národní fronta). Všichni tito tři politici mají s Okamurou společné názory na sociální otázky, *vlastenectví* a protiimigrační smýšlení. Spojenectvím s nimi nicméně Okamura dokazuje, že jeho názory na Západ nejsou ve skutečnosti tak ostré a především ojedinělé. Všichni tři údajně největší Okamurovi spojenci jsou ze zemí mimo střední Evropu. Navíc jde o jediné tři spřátelené politiky, jejichž příspěvky Okamura v takovéto míře sdílí na svých sítích. Z českých politiků výjimku tvoří sdílení údajného vyslovení podpory SPD ze strany někdejšího prezidenta Václava Klause a tvrzení

¹⁵ Navíc jde zcela očividně o parafrázi jiného *vlastence* z minulosti, které Okamura opakovaně vzývá. Jde o Františka Palackého, který v roce 1865 uvedl: *Byli jsme před Rakouskem, budeme i po něm*.

poslance SPD Jaroslava Foldyny, že „kdo pracovat odmítá, musí se mít mizerně“, zatímco ti, kteří pracují, se podle Foldyny musí mít dobře.



Obrázek č. 6 – Komentář Tomia Okamury k fotbalovému utkání AC Sparta Praha vs. Glasgow Rangers

Na obrázku č. 6 můžeme vidět extrémně zkratkovité sdělení Tomia Okamury na Twitteru v souvislosti s kontroverzním utkáním fotbalistů pražské Sparty proti skotskému celku Glasgow Rangers. Pro podporu své ideologie Okamura využívá očividně z kontextu vytrženou situaci, kdy kritiku dětských fanoušků na tribunách označuje za *západní aktivismus*, který se *nešťítí obviňovat děti*. Využívá emocionálně zabarvená slova pro vytvoření ještě vyhocenější situace.¹⁶

Okamura má ze všech analyzovaných politických aktérů paradoxně nejúžeji vymezenou cílovou skupinu. Právě podpora pracujících třídy je po kritice Západu a Evropské unie druhým nejčastěji se opakujícím tématem v Okamurových příspěvcích. Samotná kampaňová hesla naznačují, že SPD podporuje především *tvrdě pracující Čechy*. Pro menšiny, jako jsou například Romové, Okamura nejčastěji používá označující *nepřizpůsobiví*. Jedním z hesel Okamurovy kampaně je: *Pracovat se musí vyplatit*. Tím mimo jiné zcela potvrzuje hypotézy řady odborníků, že pravicovní populisté směřují na pracující třídu. Okamura hovoří o klasických teoreticky vymezených *zkorumpovaných elitách* spíše okrajově a opět většinou v souvislosti s Evropskou unií. Ačkoliv je Okamurův narativ na sociálních sítích výrazně zaměřen na boj s

¹⁶ Kritika vůči českým fanouškům a týmům vznikla už během dřívějšího utkání skotských Rangers proti jinému pražskému týmu Slavii, kde se měl jeden z hráčů Slavie dopustit přímo během zápasu rasistických nadávek na soupeře.

Evropskou unií a Západem obecně, programové prvky SPD směřují ve většině právě směrem k českým, *vlastenecky smýšlejícím obyvatelům*. Kromě referenda o vystoupení ČR z EU (součást czexitové rétoriky a rétoriky přímé demokracie) Okamura prosazuje *zásadní boj proti neziskovkám* nebo *zásadní boj proti nepřizpůsobivým*. Okamura se v řadě příspěvků dopouští čisté demagogie, když vytváří hrozbu, která ve skutečnosti neexistuje. V jednom příspěvku například Okamura píše: *Fanatici z Bruselu by nám nejradši zrušili auta. Tohle nechceme, a vy?* V jiném zase: *Naše státní byty nepřizpůsobivým? Tohle fakt nechceme, a vy?* Jednak se jedná o další výzvu k interakci se sledujícími (Okamura velmi často se svými sledujícími interaguje i v komentářové sekci, obvykle však pouhým slovem *děkuji* na komentáře vyjadřující podporu), v tomto případě navíc o formulaci okopírovanou od premiéra Andreje Babiše (viz analýza narativu AB). A jednak jde o situace, které by sice mohly pro české občany potenciálně vypadat nebezpečně, ale o nichž nikdo z relevantních evropských politiků ani náznakem nehovoří. Jde o další ukázkou politiky strachu a nejistoty, kterou Okamura působí.¹⁷

Dalším okruhem Okamurova diskurzu je *nebezpečí* v podobě všech ostatních kandidujících stran. SPD na základě svých sdělení a své kampaně poměrně rychle ztrácí povolební koaliční potenciál, protože verbálně útočí na všechny konkurenční subjekty a také na česká média. Nejčastějším označováním v Okamurově kritice je Česká pirátská strana. Právě o tomto subjektu Okamura nejčastěji hovoří jako o *sluníčkářích* a *neomarxistech*. Sdílel například (neozdrojovaný) meme, který údajně koloval na internetu – na něm jsou členové vedení Pirátů včetně předsedy a tehdejšího kandidáta na premiéra Ivana Bartoše vyobrazeni na fotomontáži s transparentem, na němž jsou obličej Karla Marxe, Vladimira Iljiče Lenina a Friedricha Engelse. Okamura tvrdí, že autor je neznámý, ale že vizuální sdělení se *téměř blíží pravdě*. Sdílení anonymního obsahu je v tomto případě formou netransparentní komunikace, kterou Okamura vydává za určitou formu afirmace své ideologie z neznámé třetí strany. Okamura také v souvislosti s Piráty tvrdí, že *Piráti u moci znamenají totální destrukci české společnosti, českého národa i české ekonomiky* (příspěvek ze 6. října 2021). Pro toto své sdělení, které je očividně zcela nadsazené, zjednodušené a agresivní, nemá žádné argumenty. Ve stejném příspěvku zároveň dodává, že *kdo volí koalici SPOLU, volí zároveň i Piráty ve vládě*. Opět se jedná o nepravdivé tvrzení, jak z hlediska zákona (volebních lístků), tak z hlediska

¹⁷ Okamura zjevně vychází v prvním případě z myšlenky přechodu automobilů se spalujícím motorem na (v době psaní této práce) dražší a pro nižší střední třídu nedostupná ekologičtější vozidla (například elektromobily). V druhém případě jde o intertextuální reakci na medializovaná vyjádření některých členů Pirátů v souvislosti s vyvlastňováním zbytečně prázdných bytů (viz další odstavec).

potenciálního povolebního vývoje (kdyby koalice SPOLU získala nad 50 procent hlasů, Piráti by se velmi pravděpodobně ve vládě neobjevili). Piráty si jako cíl svých politických útoků na přímé konkurenty vybral Okamura stejně jako Babiš. Oba navíc shodně sdíleli vyjádření poslance za Piráty Františka Kopřivy. Ve sdělení se Okamura dopouští dezinterpretace vyjádření tohoto poslance v souvislosti s výše zmíněným vyvlastňováním bytů¹⁸ a opět touto formou falešné argumentace podporuje svou kampaň a tvrzení, že *SPD je jediná skutečně vlastenecká strana*. O Pirátech pak hovoří také jako o podporovatelích sňatků pro všechny, které SPD rovněž odmítá, nebo jako o *sluníčkářích*, kteří podporují migraci. Slovo *Piráti* pak využívá jako jakési sebevysvětlující označující, k němuž přirovnává i ostatní politické subjekty a lídry. Hovoří například o tom, že Andrej Babiš se v migrační politice chová stejně jako *Piráti*, když se v Bruselu podle Okamury dostatečně nepostavil za české zájmy.



Obrázek č. 7 – Okamura kritizuje poslance Pirátů Františka Kopřivu.

Okamura, jak už bylo uvedeno výše, prakticky nezmiňuje pandemii koronaviru, a pokud ano, tak pouze v souladu s předchozím narativem hnutí SPD, které *ostře bojuje proti omezování svobody slova*. Proto Okamura v žádném příspěvku nepíše o počtu zemřelých nebo o stavu ekonomiky, ale spíše o nutnosti odsoudit povinné očkování nebo zrušit údajně *totalitní* pandemický zákon. Andreje Babiše na rozdíl od Pekarové Adamové nekritizuje kvůli nezvládnutému řízení země během pandemie, ale pokračuje v kritice, jejíž podstatu Okamura prosazoval již před pandemií (například se vyjadřuje proti Babišově migrační politice atd., viz například Chovanec, 2020). V migrační politice se Okamura opakovaně dopouští falešné

¹⁸ František Kopřiva ve svém příspěvku na Twitteru podpořil takzvané *poradní referendum* v Berlíně, v němž tamní obyvatelé rozhodli, že jsou pro vyvlastnění bytů velkých pronajímatelů (viz například Echo24.cz, 27. září 2021. Dostupné z: <https://echo24.cz/a/ishX6/piratsky-poslanec-ozivil-strasaka-vyvlastnovani-bytu-zapad-neni-jen-konzervativni-tvrdi>)

argumentace, když o uprchlících (a migrantech)¹⁹ z afrických zemí hovoří jako o reálné hrozbě, kterou navíc některé české strany podporují.

Na závěr lze zmínit, že Okamura ze všech analyzovaných autorů nejčastěji používal nejčastěji různé (audio)vizuální prostředky pro svá sdělení, včetně memes. Na obou sociálních sítích sdílí jakési krátké videoblogy prostřednictvím YouTube, v nichž se vyjadřuje k dané politické či společenské situaci, jeho diskurz přitom zůstává neměnný v porovnání s příspěvky na FB a Twitteru. Na fotkách, které sdílí a na nichž je on sám, je obvykle obklopen *běžnými lidmi*. Jak už bylo zmíněno, u takzvaných memes neuvádí autora, čímž výrazně narušuje transparentnost svého profilu. Okamura navíc až na několik výjimek v podobě fotek s lidmi z *Českého jarmarku*, který zorganizovala SPD v rámci kampaně, nesdílí žádné příspěvky sám o sobě. Jde tedy o jediný prvek populistického narativu, který není v jeho narativu na Facebooku a Twitteru do takové míry zastoupen. Okamura se dopouští negativního afektu (politiky strachu), vytváření zcela jasné manicheánské opozice (dobré, poctivé, vlastenecké SPD a čeští občané vs. zlotřilá Evropská unie, Západ, Piráti atd.) a snahy o to přesunout politickou moc do rukou *lidu* (přímá demokracie, zavedení institutu referenda), využívá v menší míře i vulgarit (novináře serveru *Seznam Zprávy* označuje za *prolhané svině*). Dalšími prvky je např. nepodložené obviňování, xenofobie, emocionální sdělení (výzvy k boji, odmítání *pokleknout před EU atp.*), přímý, zjednodušující narativ (extrémně zjednodušená, nevyargumentovaná nebo falešně vyargumentovaná sdělení) i zneužívání probíhajících událostí pro podporu své ideologie (viz výše, např. utkání Sparta vs. Rangers). Jeho sdělení mají navíc velmi často formu frází a floskulí (*Byli jsme před unií, budeme i po ní* nebo *Podpora muslimské imigrace není humanismus, ale zrada*). Okamurova komunikace na sociálních sítích přesně odpovídá definici krajně pravicového populismu (e.g. Wodaková, 2015).

5.3 Vít Rakušan

Předseda hnutí STAN Vít Rakušan přidal na Facebooku ve vybraném období 35 příspěvků a také 29 postů na Twitteru, k čemuž přidal jeden retweet. Příspěvky na obou sociálních sítích se velmi podobaly, výjimky byly jen zcela minimální. V době před volbami měl Rakušan jen nižší desítky tisíc sledujících na Facebooku, zhruba dvojnásobně větší měl základnu sledujících

¹⁹ Slova *migrant* a *uprchlík* používá Okamura jako synonyma, přitom je v nich z obsahového hlediska rozdíl. Migrant je osoba, která přichází do jiné země za lepšími ekonomickými podmínkami nebo třeba za studiem, zatímco uprchlík prchá před pronásledováním ve své zemi.

na Twitteru.²⁰ Předseda hnutí STAN navíc v porovnání s ostatními vybranými aktéry přispíval mnohem méně a výrazně více se ve svých vyjádřeních držel zpátky.

Navzdory větší rezervovanosti v Rakušanových vyjádřeních lze sledovat některé populistické prvky v jeho diskurzu. Rakušanovy příspěvky by se tematicky daly rozdělit na verbální výpady proti Andreji Babišovi a hnutí ANO, vlastní kampaňová prohlášení a samostatným tématem v řetězcích jeho příspěvků (s ohledem na jejich množství) by se dalo považovat i odkazování se na celebrity a historické postavy.

O Andreji Babišovi a tehdy vládním hnutí ANO se Rakušan vyjadřuje sice méně než Pekarová Adamová, ale využívá významově a lingvisticky podobná označující. O členech vlády z hnutí ANO včetně premiéra hovoří jako o *kmotrech*, *komouších*, *lhářích*, ale také jako o *populistech* atd.. Babiše pak označuje, podobně jako Pekarová Adamová, za oligarchu, který *si ukradl stát pro sebe*, a také se často zmiňuje o *agrofertizaci země*. Druhým nejčastěji kritizovaným členem vlády byl ministr Karel Havlíček. S odkazem na populární knižní a filmovou sérii o Harry Potterovi označuje Rakušan Havlíčka například za *ministra dvojí krve*,²¹ což vyvolává negativní konotaci – jednak s odkazem na postavu ze ságy o Harrym Potterovi a jednak je to označení někoho, kdo dělá dvě věci najednou a ani jednu z nich nezvládá, což byla obvyklá rétorika opozičních stran před volbami směrem k Havlíčkovi. Na obrázku č. 8 můžeme vidět Rakušana v pozvánce na televizní debatu zobrazeného jako zaníceného a věcného diskutéra s roztaženými rukama a mikrofonem, zatímco Havlíčkův obličej je na plakátu dvakrát v pozadí, což dává najevo nerovnost mezi ním s předsedou Starostů. Depreciativní význam sdělení navíc doplňuje popisek *Vít Rakušan vs. Ministr dvojí krve*. Naznačuje tedy, že půjde o boj *hodného* předsedy Starostů s jakýmsi až mytickým, bezejmenným nepřítelem v podobě Karla Havlíčka. Dramatičnost na plakátu podtrhuje černé pozadí. V jednom z dalších příspěvků Rakušan Havlíčka stejně jako Pekarová Adamová označuje za *ministra dotací pro Agrofert*.

²⁰ K únoru 2022 měl po nástupu do funkce ministra vnitra v porovnání s obdobím před volbami na obou sociálních sítích asi dvojnásobek sledujících (64 tisíc na Facebooku, 110 tisíc na Twitteru).

²¹ Havlíček zastával od ledna 2020 pozice ministra průmyslu a obchodu a ministra dopravy najednou.



Obrázek č. 8 – Pozvánka na debatu v České televizi, v níž měl Vít Rakušan diskutovat s ministrem dvojí krve Karlem Havlíčkem.

Třetí osobností z hnutí ANO, kterou Rakušan opakovaně kritizuje, je tehdejší předseda poslaneckého klubu Jaroslav Faltýnek. V souvislosti s ním Rakušan sdílel ve vybraném období několik článků, které poukazují na kauzu *Faltýnkova diáře*.²² Pro popis Faltýnkovy pochybné činnosti využívá Rakušan ve svých sděleních mimo jiné deminutiv (zdrobnělin) v ironickém smyslu slova, například slova *kšeftičky* nebo *deníček*. Akademická *Skladba spisovné češtiny* (Štícha, 2013, s. 155–156) přisuzuje deminutivům schopnost depreciativní ironizace, kdy nevyjádřený význam je důležitější než přímo zobrazené slovo, tedy v případě slova *deníček* místo *diář* jde o označení Faltýnka za infantilního, zatímco *kšeftiček* svým významem posouvá už tak negativně zabarvené slovo *kšeft*, tedy nekalé, podezřelé a potenciálně nezákonné jednání či podnikání. Pojem *kšeftiček* tento význam ještě více zesměšňuje a ironizuje, zachovává však původní vztah mezi označujícím a označovaným. Hnutí ANO jako své základní poslání označuje to, že je *protikorupční*, tedy že bojuje proti *kmotrům* z minulosti.²³ Rakušan v souvislosti s kauzou Faltýnkova diáře označuje hnutí ANO za *profi korupční*, tedy za přesný opak. Stejně označující použila i Markéta Pekarová Adamová. Oba se přitom odkazují právě na sdělení z médií a ani jeden z obou politiků zcela očividně nectí presumpci nevinu (podobně i v souvislosti s kauzami Andreje Babiše). V dalších sděleních naznačují spíše problém v

²² Kauza Faltýnkova diáře se objevila v dubnu roku 2021. Server Seznam Zprávy získal zápisky Jaroslava Faltýnka, v nichž popisoval, jak ovlivňoval zakázky nebo svůj podezřelý lobbying (Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/tajne-zapisky-vladniho-sefposlanca-faltynka-odhaluje-jeho-vlastni-diar-149492>)

²³ Za kmotry považuje především někdejší politiky tradičních stran, například bývalého premiéra Petra Nečase (ODS), ale i další.

souvislosti se spravedlností českého justičního systému, i tato tvrzení ale opět ponechávají bez argumentace.

Rakušan nejčastěji ve svých kampaňových prohlášeních opakoval dvě hesla koalice PirSTAN. Prvním z nich je *Nelhat, nekrást, nešvindlovat*, tím druhým pak *Vraťme zemi budoucnost*. První zmíněné heslo lze označit za pasivní, tedy ve smyslu „nebudeme dělat to, co dělá současná vláda a její politici“. Neobsahuje sdělení, co potenciální vláda Starostů a Pirátů dělat naopak bude. Na to navazuje právě druhé heslo, nicméně Rakušanova obecná rétorika ve vymezeném období se spíše drží pasivní linky.

Řadu prvků Rakušanova diskurzu lze ilustrovat na jeho příspěvku na Facebooku ze dne 6. října 2021. Jde o zkopírovaný text, který Rakušan publikoval na blogu serveru *Aktuálně.cz* spadajícího pod vydavatelství *Economia* Zdeňka Bakaly. To naznačuje rozdíl s diskurzivní praxí Tomia Okamury a Andreje Babiše, kteří na Bakalova média opakovaně slovně útočí a obviňují novináře z *Economie* z neseriózního jednání. Tento text o délce 4433 znaků včetně (viz Příloha č. 1) se odchyluje od zbytku jeho diskurzu nikoliv narativem, ale diskurzivní praxí. Jde z tohoto hlediska o nejucelenější sdělení, napsané sice jednoduchým, až hovorovým jazykem, nicméně jde o jediný tímto způsobem (v zásadě formou dopisu občanům) koncipovaný text. Ve zbylých příspěvcích používá maximálně několik vět, případně sdílí video, v němž své tvrzení rozšiřuje. Pro analýzu je však tento text velmi vhodný.

V textu se na první pohled koncentruje většina označujících, které Rakušan pro Andreje Babiše, případně své další politické oponenty využívá a které byly vyjmenovány v úvodu této části. Naopak o občanech České republiky doslova hovoří jako o *slušných, vychovaných, tolerantních* lidech, kteří *nejsou hulváti ani agresivní*. Andreje Babiše přímo nejmenuje, takže lze chápat, že se Rakušan za své vyjádření schovává, když vládu označuje jako *autoritářskou*, která se bojí *svobodné vůle, chytrosti, civilnosti* atd. Označuje vládu za takovou, která *nechápe pocit štěstí z nemateriálních věcí*, čímž naznačuje, že vládě jde jen o peníze. Své tvrzení nijak neargumentuje. Podobně jako u výše uvedeného případu s Karlem Havlíčkem vytváří Rakušan domnění, že Babišova vláda je jakési mytické nelidské monstrum, které je třeba porazit. Jak konkrétně ale Babišovo údajné autoritářství chce porazit, Rakušan neuvádí, odkazuje se spíše na neurčité prázdné označující, včetně absolutních vyjádření, například že *žádný starosta ani pirát nedopustí rozpad demokratické společnosti v České republice*. Další část textu se

zaměřuje na svou osobní motivaci, proč kandiduje, v níž se opakují sentimentální, na emoce mířící vyjádření. V jednom z nich například říká, že nepojmenovaní kdosi *ukradli šťastné stáří jeho rodičům, kterým na svobodě záleží*. Jde o zcela osobní prohlášení, které nelze nijak doložit a lze ho snadno zpochybnit například tím, že za vlády Andreje Babiše rostla výše průměrných důchodů a tak dále. V návaznosti na tuto větu pak Rakušan říká, parafrázuji, že znovuzvolení tehdy vládnoucích politiků bude stát budoucnost jeho děti. A dodává: *A přesně v tenhle moment jsem se našel. Moc. K neudržení moc. Prostě svým dětem, sakra, budoucnost neukradnou*. Opět jde o zcela emocionální, v zásadě bezobsažné sdělení, které pouze naznačuje Rakušanova emoce. Ani další část textu nicméně nenaznačuje, že by tyto emoce a afekt byly jen jakýmsi stavebním kamenem textu, protože jsou takové i další části. Rakušan také opakovaně říká, co *nebude dělat*, což jde v souladu s jednou komunikační linkou kampaně Pirátů a Starostů. Když však hovoří o tom, co bude dělat, jde jen o otřelou frázi jako například: *Budu dělat všechno proto (...) abychom přírodu a krajinu vnímali jako dar nebo aby byl tenhle stát střechou (...) a ochránil nás, když prší*. Využívá také klišé, například *bouchnout pěstí do stolu* ve smyslu zburcovat občany k akci, respektive dát najevo nelibost s vývojem nějaké skutečnosti. Nastihuje nicméně svou představu státu, tedy *stát sloužící, jednoduchý, snadno ovladatelný, který nebuzeruje, neslídí, neuzurpuje*, ale jakým způsobem toho chce dosáhnout, říká jen velmi okrajově a obecně (například pomocí *vzdělané, soudržné a spravedlivé společnosti*). Také v tomto konkrétním textu i několika dalších sděleních pracuje se svou dřívější rolí starosty města Kolín a intimizuje své sdělení, když říká, že nadále je/zůstane dobrým sousedem.

Druhé výše zmíněné heslo koalice Piráti a Starostové, tedy *Vraťme zemi budoucnost*, se také prolíná mnohými sděleními, ať už přímo (v textu či jinak vizuálně znázorněno), nebo také v náznamech a s pomocí různých označujících či diskurzivních praktik.



Obrázek č. 9 – Příspěvek Víta Rakušana z Facebooku 3. října 2021

Rakušan v příspěvku na obrázku č. 9 hovoří o tom, jak starostové sdružení v hnutí STAN dokáží kvalitně vést své obce a města. Jako v několika dalších příspěvcích naznačuje, že *prioritou je budoucnost našich dětí*, nikoliv firem a kmotrů. Samotné textové vyjádření tak opět cílí na emoce a na jakousi sousedskou sounáležitost, přitom vést město, nebo dokonce obec je z podstaty věci úplně něco jiného než vést stát a úspěch v jedné činnosti nemusí zaručovat úspěch v druhé. Jde tedy o formu falešné argumentace.

V návaznosti na heslo *Vraťme zemi budoucnost* jsou zásadní tři sdělení:

S1) *Investovat a šetřit a také myslet dlouhodobě* (určitá pozitivní činnost)

S2) *S1 + To umí starostové napříč republikou*

S3) *S1 + S2 = Tohle potřebuje náš stát.*

S1 + S2 + S3 = Takto vrátíme zemi budoucnost.

Sdělení číslo jedna je tedy výchozím sdělením pro obě další. O tom, zda skutečně starostové po celém Česku (zdaleka ne všichni jsou členy hnutí STAN) takto strukturovaně a ekonomicky dokáží přemýšlet, už lze polemizovat. S3 pak tedy naznačuje, že stát potřebuje právě starosty, kteří dokáží S1, a že ve výsledku právě to vrátí zemi budoucnost. Opět jde o velmi zjednodušující sdělení, k němuž je přiloženo video. V tom sice Rakušan říká jeden konkrétní příklad, tedy že jemu samotnému se jako starostovi Kolína podařilo oddlužit jedno z nejzadluženějších měst v Česku, nicméně pak pokračuje právě tím, že něco podobného dokáží starostové po celé republice, bez dalšího příkladu. Poté hovoří o tom, že *oligarchové a populisté*²⁴ se snaží vykreslit Piráty a STAN jako hrozbu, která je chce dostat od moci. Navíc ve videu intimizuje sdělení tím, že v Kolíně bydlí jeho rodina a vychovává tam své děti. Tento příspěvek je jedním z dalších příkladů Rakušanova narativu.

Závěrem autor této práce zmíní ještě několik zjištění. Rakušan se například opakovaně hlásí k odkazu bývalého prezidenta Václava Havla, který je v Česku považován za symbol pravdomluvnosti. V jednom ze svých příspěvků je Rakušan vyobrazen v tričce s obličejem Václava Havla, v jiném příspěvku zase zesnulému Havlovi píše intimní dopis, v němž mimo

²⁴ Jde o jeden z mála případů, kdy přímo padne slovo *populismus* nebo *populista*.

jiné hovoří o tom, že Havla viděl několikrát, poprvé *na prázdninách*, kdy měl Rakušan ještě *tvář plnou akné a hlas ve fázi skřehotání*. Česko označuje Rakušan za Havlovu zemi, která *zmizela* pod vládou Andreje Babiše. Na rozdíl od Markéty Pekarové Adamové nicméně Rakušan přímo o Babišovi hovoří jen zřídka, ve svých příspěvcích nicméně mluví ostře proti Babišově vládě, a ačkoliv přímo nepoužívá Babišovo jméno, je jasné, na koho kritika a slova o *oligarchizaci, kmotrech, populistech* či *defraudantech* míří. Spíše se jedná o formu nepřímého obvinění, kdy se Rakušan nehlásí ke zcela jasnému vyznění svých sdělení, ale spíše nechává recipienty, aby si sdělení takto interpretovali. Předseda hnutí STAN opakovaně sdílí podporu od známých českých osobností, o nichž je známo, že se účastní protestů proti Andreji Babišovi, například Ivan Trojan, Tomáš Klus nebo Zdeněk Svěrák. Rakušan se ve svých sděleních nejčastěji dopouští intimizace obsahu, bojové rétoriky, negativního afektu (politiky strachu – např. *Babiš ukradne budoucnost našim dětem, jako ukradl šťastné stáří rodičům*), používá také fráze, klišé a řadu hovorových výrazů. V neposlední řadě opakovaně vytváří manicheánskou opozici ve smyslu *dobří starostové vs. zlí oligarchové* a doslova *zkorumpovaná vláda elit*. Nicméně lze říci, že z analyzovaných politických aktérů se i s ohledem na menší množství příspěvků Rakušan vyjadřoval nejméně populisticky. Opakovaně například upozorňuje dopředu na svá vystoupení v televizních debatách, ke kterým zve potenciální voliče, většina jeho příspěvků pak pramení přímo z obou kampaňových hesel koalice Pirátů a Starostů. Rakušan také v řadě příspěvků chválí svého koaličního kolegu Ivana Bartoše a několikrát zdrojuje svá obvinění proti Babišově vládě (viz kauza Faltýnkova diáře nebo *Pandora Papers*²⁵) články z prestižních mainstreamových médií. Autor této práce se nicméně domnívá, že populistické prvky jsou v Rakušanově diskurzu zastoupeny zřetelně, čemuž se více bude věnovat v podkapitole Srovnání.

5.4 Andrej Babiš

Tehdejší premiér a zároveň jeden z nejbohatších lidí v České republice Andrej Babiš z hnutí ANO ve vybraném období přidal na Facebooku 154 příspěvků. Na Twitteru lze předpokládat podobný počet, nicméně přesné číslo se kvůli omezením Twitteru nepodařilo dohledat. Autor této práce nicméně využil nástroj zaznamenávající vyjádření politiků na sociálních sítích na serveru *Hlídač státu*, proto bylo bez problémů možné analýzu provést.²⁶ Oproti předchozím

²⁵ Mezinárodní projekt stovek investigativních novinářů, který odhalil daňové úniky či praní špinavých peněz přes daňové ráje u stovek miliardářů a vysoko postavených politiků (včetně Andreje Babiše).

²⁶ Z hlediska analýzy diskurzu se nejedná o problém, nicméně nástroj v některých případech příspěvky nezaznamená, takže by konstatování přesného počtu příspěvků mohlo být mylné či zavádějící.

analyzovaným politickým aktérům se diskurz Andreje Babiše výrazně lišil v jednom zásadním aspektu: V době voleb v říjnu 2021 byl Babiš premiérem, pohyboval se tedy ve vymezeném období na hranici druhého a třetího typu politického diskurzu podle Valeria Fabrizziho (2019, s. 109). Jednalo se o již vládnoucího politika, který usiloval o znovuzvolení. To se významně podepsalo na jeho předvolební komunikační strategii a celkovém diskurzu. Na obou sociálních sítích přidával Babiš prakticky totožné příspěvky, využíval přitom všech prvků, které tyto platformy nabízí (nativní textuální sdělení, fotky, videa, sdílení příspěvků médií i svých politických kolegů či spojenců), největší rozdíl byl v tom, že na Twitteru častěji sdílel příspěvky dalších členů vlády a stranických kolegů pomocí funkce *retweet*.

Základní témata, která Babiš před volbami opakoval, by se dala rozdělit na chválu dosavadních úspěchů jeho vlády, chválu sebe sama, verbální útoky na politické nepřátele (vykreslování extrémně negativní budoucnosti) a v nejmenším měřítku pak propagaci skutečného programu hnutí ANO pro další čtyřleté období.

Chválu sebe sama vymezuje Babiš sloganem *Jsem váš premiér pro neklidnou dobu*. Na jednom z předvolebních plakátů je vyobrazen usměvavý Babiš, zatímco v pozadí jsou v řetězcích napsána slova, která zjevně nyní již bývalý premiér považuje za zásadní pro dobrého politického lídra: *urputnost, rozhodnost, odvaha, zkušenost a pracovitost*. Ve spodní části pak stojí nápis: *Hlavně víte, že se za vás budu rvát do roztrhání těla*. Babiš opakovaně ve svých příspěvcích hovoří o tom, jak je pracovitý a co všechno dokázal (on sám) pro Českou republiku a její občany získat. Právě k tomu používal před volbami další zmíněné tvrzení, že se bude *rvát až do roztrhání těla*, a také expresivní slovo *makat*, které ve své komunikaci obecně velmi nadužívá. Používá ho totiž v jakési juxtapozici se svými politickými soupeři ve smyslu *my jsme to odmakali* (tedy *tvrdě odpracovali*), zatímco *oni* (tradiční či mainstreamové strany) *o tom jen mluvili*. Zastupující ukazovací zájmeno *to/tím* v uvedené opozici lze například v souvislosti s Babišovým diskurzem nahradit se *stavbou dálnic, růstem důchodů* či *platů učitelů*. To jsou jen některá z témat, kterými se Babiš chlubí, obvykle přitom neposkytuje skutečná data, ale pouze ta, která jsou vytržena z kontextu.



Obrázek č. 10 – Volební plakát Andreje Babiše

Babiš ve sledovaném období opakovaně užíval nespisovné a hovorové výrazy. V jednom z příspěvků chtěl dokázat, jak jeho vláda úspěšně dokončila klíčovou českou dálnici D1 z Prahy do Brna. *Dneska ráno jsem vzal auto a jel projet fungl novou D1*, napsal na obou sociálních sítích Babiš 3. října a přidal jedenáctiminutové video, na němž skutečně řídí vozidlo. V tomto příspěvku používá slova *dneska* a *fungl nová*, aby sdělení přiblížil svému publiku. Na videu pak říká, že vláda *velmi skromně otevřela novou dálnici*, že na místě nebyli ani žádní Babišovi podporovatelé (důkaz oné skromnosti). Tímto tvrzením mimo jiné naznačuje, že jeho vláda skutečně *maká* a nechce, nebo nepotřebuje se chlubit svými úspěchy. Navíc Babiš přidává zcela irelevantní informaci, že *byla zima*, čímž naznačuje, že navzdory nepřízni počasí vyrazil na dálnici, jako správný premiér. Následně popisuje, jak ODS a další tradiční strany o přestavbě dálnice jen mluvily, zatímco hnutí ANO a jeho vláda skutečně dálnici postavily, respektive otevřely přestavované úseky. Další problém s tímto sdělením nastává především v jeho obsahové rovině. Dálnice D1 totiž nebyla v době, kdy Babiš sdílel svůj příspěvek a uspořádal tiskovou konferenci (takzvanou pseudoudálost), hotová. Česká média následně dálnici označila za *Potěmkinovu D1*. „Už příští rok se začne opravovat zásadní most Šmejka přes Hrusický potok u Senohrab u Prahy a okolo Brna se bude příštích několik let dálnice rozšiřovat na šest pruhů,” napsal například magazín Reflex (2. října 2021).²⁷

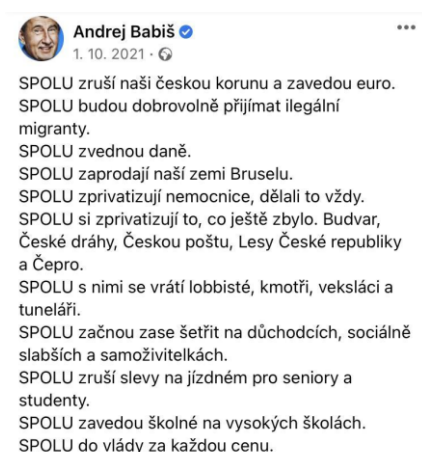
²⁷ Podobnou pseudoudálost vytvořila Babišova vláda asi o dva měsíce dříve v souvislosti s otevřením hotelu Thermal v Karlových Varech. Tehdy také uspořádala velkou konferenci a slavnostní otevření hotelu, novináři následně zveřejnili snímky, že hotel ještě zdaleka není dokončený.

Podobně problematická jsou i Babišova další samochválná sdělení. Lze na nich ilustrovat, z prvků populistického diskurzu, především zjednodušování sdělení, zveličování svých úspěchů, intimizace obsahu, používání klišé a floskulí. Například v souvislosti s Evropskou unií Babiš tvrdil, že díky radě maďarského premiéra Viktora Orbána (kterého mimochodem Vít Rakušan a Markéta Pekarová Adamová ostře kritizovali) *přivezl z Bruselu 42 miliard navíc*, které *vyboxoval*. Celkem Babiš dle svých slov *přivezl 978 miliard*. Ačkoliv fact-checkingový server *Demagog.cz* vyhodnotil toto tvrzení jako pravdivé, je jednak extrémně zjednodušující a jednak ukazuje Evropskou unii jako orgán, který rozdává peníze na počkání, aniž by popsal složité mechanismy, které se za získáním peněz skrývají. Navíc jde tato sebechvála v rozporu s celkovým vyzněním diskurzu Andreje Babiše o Evropské unii, kterou ve velké většině ostře kritizuje. O své *urputnosti* v pozici předsedy vlády hovoří Babiš ve vybraném období také v souvislosti s růstem průměrné výše důchodů a platů učitelů. Především v první zmíněné kategorii se Babiš chlubí tím, že v souladu s volebním programem z předchozích voleb vzrostly důchody na průměr 15 tisíc měsíčně, zatímco předchozí vlády na seniory *kašlaly*. Opět na svých sociálních sítích nesděljuje, že se zdaleka nejedná o zásluhu jeho vlády.²⁸ Nepopisuje ani důsledky, které takové zvyšování bude v období krize způsobené pandemií koronaviru mít.

Z hlediska populistického narativu v souvislosti s kritickou diskurzivní analýzou jsou však mnohem více úderná sdělení, která jsou určitou formou interakce s politickými oponenty. Buď ve smyslu obviňování a přehánění jejich pochybení, nebo ve smyslu jakési obrany před obviněními právě ze strany těchto *neprátelských* politických stran, respektive koalic. Z hlediska deskriptivního Andrej Babiš nejčastěji svým způsobem útočí na Piráty a označuje je stejnými slovy a lingvistickými prvky jako Tomio Okamura. Českou pirátskou stranu opakovaně obviňuje z fanatismu, využívá stejné juxtapozice tohoto slova jako předseda SPD pro označení koalice Pirátů a hnutí STAN – tedy *fanatický Pirátostán*. Dlouhé *á* ve druhém ze slov naráží na to, že by tato koalice z Česka udělala zemi podle svých, údajně nekalých, představ (podle vzoru Afghánistán, Kazachstán atd.). Babiš pro ně využívá také označující *vítači* v souvislosti s uprchlickou krizí. Zároveň tvrdí, že politika Pirátů je založena na tom, že *chtějí parazitovat na pracovitých*. Z více či méně levicové politiky Pirátů tak vytváří dojem zla, před kterým může Česko a její občany ochránit jenom on a hnutí ANO. Pro obě koalice navíc využívá označení *chaotický slepenec*, jehož jediným cílem a společnou věcí je *touha porazit Babiše*. Opět se tak snaží vytvořit dojem opozice mezi *dobrým hnutím ANO* (například tvrzením, že *my*

²⁸ Opomíjí mimo jiné tzv. zákonnou valorizaci důchodů.

jedníní plníme sliby a makáme) a nepřátelskými koalicemi, které jen chtějí *dobrého a lidského* Babiše odstavit od moci, aby mohly provádět cosi špatného. S tím souvisí i další rétorický obrat, bez jakékoliv argumentace, který má Babiš společný s Okamurou, tedy že *hlas pro koalici Spolu je hlasem pro Piráty ve vládě*. Jedním z důvodů větší koncentrace obvinění směrem k Pirátům mohl být i fakt, že pirátská strana prakticky celou dobu před volbami ujišťovala voliče i politické konkurenty, že do potenciální koalice s hnutím ANO po volbách nepůjde, větší koaliční potenciál tak mohla mít spíše koalice SPOLU, proti níž Babiš vystupoval méně ostře a méně často. S blížícím se datem voleb však Babiš nakonec začal obviňovat právě i druhou koalici (obr. č. 10), která pro něj v průzkumech začínala vypadat nebezpečněji než zprvu Piráti se Starosty (viz kapitola 3).



Obrázek č. 11 – Příspěvek na Facebooku z 1. října 2021, v němž Andrej Babiš ve sledovaném období poprvé a v takové míře naposledy kritizuje koalici SPOLU.

V příspěvku z 1. října 2021 Andrej Babiš otevřeně kritizuje koalici SPOLU a vynáší velmi ostrá obvinění, která přitom nejsou založena na pravdě, respektive neodpovídají programu koalice SPOLU ani její předvolební rétorice. Autor se na tento příspěvek zaměřuje především proto, že shrnuje diskurz Andreje Babiše směrem k oběma koalicím. Jde o pokus vyvolat ve voličích strach z budoucnosti, kterou by mohla koalice SPOLU ve vládě způsobit. V některých obviněních se shoduje s těmi, která Babiš vznáší proti Pirátům, jiné jsou zase zcela opačného významu, než co Babiš kritizuje na Pirátech. Vyznění příspěvku posiluje i fakt, že Babiš vše podává z hlediska tranzitivity tak, že koalice SPOLU skutečně všechny tyto aktivně způsobí. Vytváří tak potenciální, spíše nepravděpodobnou situaci, kterou by nicméně případně mohl po volbách shrnout ve smyslu: *Já vám to říkal*. Tak například ke zvyšování daní by mohlo určitým způsobem dojít čistě z ekonomické logiky věci. Pokud se však daně skutečně zvednou, Babiš

přijde s tím, že o tom voliče jako správný lídr *lidu* dopředu informoval. Z hlediska modality Babiš neopouští žádný prostor pochybám, staví se do pozice, že ví, jak situace dopadne. Neříká například *pokud zvítězí koalice SPOLU, je tady možnost, že se zvednou daně*. Šíří tak prostřednictvím sociálních sítí dojem, že mluví pravdu, kterou má podloženou argumenty. Ty ovšem neuvádí, a proto jsou v podstatě všechna sdělení minimálně zavádějící, spíše nepravdivá. Koalice SPOLU v žádném ze svých programových prohlášení neuvedla, že hodlá *šetřit na důchodcích a sociálně slabších* nebo *zavést školné na vysokých školách*. Jde pouze o prázdná a zveličená sdělení, která postrádají spojení s realitou. Podobně je to s návratem *lobbistů a kmotrů*. V tomto případě jde o označující odkazující na předchozí kauzy spojené s vládami tradičních stran. Použití v souvislosti s koalici SPOLU je však zavádějící a propojuje pouze veřejně známé verbální symboly korupce s politickým subjektem, který s nimi neměl v době voleb nic společného. Tvrzení, že koalice SPOLU bude *dobrovolně přijímat ilegální migranty* nebo *chce zaprodat naši zemi Bruselu*, je rovněž generické a zcela nepravdivé. Právě v tomto jsou podobné Babišovy slovní výpady proti koalici SPOLU a Pirátům (respektive *Pirátostánu*) těm, které využíval Okamura. Jde o sdělení, které míří na národní cítění českých občanů, i proto jsou tato tvrzení emočně zabarvená (především slovo *zaprodat*). Jde o pokus vyvolat přímý strach ze ztráty suverenity země.

Právě tento strach ze ztráty suverenity je v Babišově případě dalším průsečíkem s Tomiem Okamurou. Rozdíl je ale v tom, že Babiš jako premiér na úrovni Evropské unie velmi často spolupracoval a chlubil se svými úspěchy z Bruselu a také tím, kolik peněz do Česka z EU *přiteče*. Do souvislosti s EU v řadě svých prohlášení dává zmíněnou *ztrátu suverenity*, kterou také podporuje tím, že *odmítá zaprodat zemi Bruselu*. Jeho diskurz se i v této oblasti velmi podobá tomu Okamurovu. *Nechceme muslimskou Evropu, nenecháme vás zchudnout kvůli ekologickému šílensství* (v návaznosti na takzvaný Green Deal), píše například Babiš v jednom ze svých příspěvků. Podobně jako předseda SPD vytváří pocit, že EU chce *lidu* sebrat svobodu a chce ho obrát o peníze.

Jedním ze zásadních prvků Babišova diskurzu je obracení se přímo na své sledující s dotazem, jak situaci vidí oni. Naznačuje tak tedy, že on jako politik svým voličům i kritikům naslouchá (před volbami například používal aplikaci *Pojď do mě*²⁹).

²⁹ Jde o aplikaci, prostřednictvím které mohou lidé poslat Babišovi dotaz ve formě videa a on jim zase ve formě videa odpoví. V některých z těchto příspěvků odpovídá i na přímou kritiku, čímž svým voličům ukazuje, že jim skutečně naslouchá a že mu *zlé* koalice křivdí, když tvrdí, že nemá sebereflexi.



Obrázky č. 12–14 – Řetězec Babišových příspěvků, v němž vyzývá své voliče, aby vyjádřili svůj názor na zkruslené problémy.

V řetězci příspěvků z 24. září používá Babiš stejnou sloganovitou strukturu jako Pekarová Adamová v řetězci s heslem *Piskej konec*. Používá maximálně jedno sloveso ve formě přísudku, spíše pak infinitiv. Samotný základ sdělení je ve všech případech zkruslený, zjednodušený a zveličený. Naráží opět především na Piráty, respektive na obě koalice (viz výše). Za výchozí sdělení dodává tvrzení *Tohle fakt nechci!* Svůj rezolutní odpor k uvedeným základním sdělením zdůrazňuje slovem *fakt* a také použitím vykřičníku. Na závěr vždy přidává otázku, která vyzývá jeho sledující k reakci. U podobných příspěvků má pak Babiš stovky až tisíce komentářů, obvykle vyjadřujících souhlasné stanovisko. Babiš v některých případech, podobně jako Okamura, v komentářové sekci poděkuje za podporu. Dává tak svým sledujícím najevo, že ho zajímají jejich názory. Příspěvky doprovází vizuálním sdělením, kterému dominuje skupina demonstrantů, kteří vypadají velmi agresivně (mají kukly, v ruce mají dýmavnice a baseballové pálky). Tato skupina demonstrantů vždy nese několik transparentů, z nichž jeden dominuje, další jsou pak v pozadí. Babiš sám je vyobrazen před nimi jako slušný člověk v košili a s nesouhlasným výrazem ve tváři. Příspěvky vyvolávají dojem, že koalice SPOLU a Pirátů a Starostů mají nebezpečné podporovatele a Babiš je tím jediným, kdo se jim a jejich nebezpečnému programu (reprezentovanému hesly na transparentech) může postavit.

Andrej Babiš se liší také tím, jaká média sdílí. Jde především o ta, která patří pod koncern Agrofert,³⁰ tedy *iDnes.cz* a *Lidovky.cz*. Sdílí ale také *Parlamentní listy*, které jsou považovány za hraničně dezinformační. Dále také odkazuje na bulvární servery, jako je *Extra.cz*. Tvrdí, že koalice, tedy *chaotický slepenec*, proti němu používá *vyľhanou kampaň* v souvislosti s Pandora Papers a dalšími kauzami (viz kapitola 3). Ve všech případech sdílí příspěvky podporující jeho tvrzení (např. v souvislosti s obhajobou proti různým obviněním) nebo příspěvky, které o něm samotném hovoří pochvalně. Sdílel například článek *Parlamentních listů* (23. 9. 2021), v němž

³⁰ Prostřednictvím mediální skupiny Mafra.

mediální expert Jiří Mikeš oceňuje volební klip hnutí ANO, který graficky odpovídal vizuálu i obsahu na obrázcích 12 až 14. Podle Mikeše byl klip *udělaný profesionálně, tvrdě, útočně a odpovídal na to, s čím mají lidé problém*. Podle řady médií je nyní osmdesátiletý Mikeš expertem spíše na reklamu než na cokoli jiného, navíc ho opakovaně citují pouze právě *Parlamentní listy* a jde o člověka, který Babiše podporuje pravidelně. Nelze tedy říci, že by šlo o nestranný názor.

Sám Babiš přitom využívá mediální logiku i aktivním způsobem. Pravidelně každou neděli v téměř totožný čas na sociálních sítích sdílel svůj pořad nazvaný *Čau, lidi*. Šlo o relaci, v níž Babiš s pomocí různých grafů popisoval události posledního týdne svým pohledem. Ten v obou případech (ve vybraném období Babiš sdílel dva „díly“ pořadu) odpovídal rétorice ostatních příspěvků na sociálních sítích. Nejvíce v něm zaznívala právě chvála sebe sama a zveličené a zjednodušené obviňování vůči politickým konkurentům. Nejvíce se mediální logice přiblížil právě pravidelností sdílení, v neděli večer jsou navíc obvykle lidé nejvíce doma a mají čas se na pořad podívat. Novináři v tuto týdenní dobu obvykle nemají tolik témat, takže každý „díl“ pořadu *Čau, lidi* lze považovat za určitou formu jakési *mikropseudoudálosti*. Babiš, respektive tým jeho poradců, při vytváření ukázali velkou míru pochopení fungování médií.

Andrej Babiš splňuje po důkladné analýze prakticky všechny prvky populistického diskurzu. Kontext, v jakém jeho diskurz probíhá, tedy třetí analyzovaná rovina, se od ostatních velmi liší. Jakožto do té doby vládnoucí politik mnohem více propaguje své dosavadní úspěchy, než že by mluvil o svém programu. Navíc Babiš jakožto *de facto* majitel mediální skupiny Mafra a jeden z nejbohatších lidí v Česku využívá moci a dosahu *svých* médií. Dopouští se opakovaně negativního afektu – jak vůči koalicím, tak vůči Evropské unii a NATO (v jednom z příspěvků například tvrdí, že mu *zkušenost ukázala, že si Česko musí poradit samo bez EU a NATO*). Sám sebe vykresluje jako lidového lídra, který má jako jediný na paměti potřeby *lidu*, zatímco jeho političtí konkurenti se starají jen o své zájmy, jsou tedy v teoretické části zmíněnou *zkorumpovanou elitou*. Bojovnou rétorikou vytváří ve svých voličích strach z budoucnosti. Opakovaně používá nespisovné a hovorové výrazy (v příspěvku o chudobě způsobené exekucemi např. píše: *Když je člověk skutečně chudej...*), fráze (*Jsem váš premiér pro neklidnou dobu*) či floskule (*Budu se za vás rvát až do roztrhání těla*). Opakovaně zjednodušuje složitou ekonomickou i sociální problematiku, pomáhá si při tom různými polopravdami nebo nedoloženými tvrzeními (např. *Koalice SPOLU zvedne daně*). Babiš v řadě příspěvků

intimizuje obsah, například sdílením fotek a videí své ženy a dcery, řízením vozu na dálnici nebo fotkami se svými voliči. V jednom z příspěvků například uvedl, že ho někdo na jednom z předvolebních výjezdů *přemluvil na panáka*. Ve všech případech, kdy sdílí fotky se svými podporovateli, Babiš jako popisek píše: *Jasně, že dáme fotku*. Naznačuje tak, že nikoho neodmítne, ať je sebevíce zaneprázdněný. V diskurzu Andreje Babiše se v naprosto zanedbatelné míře objevuje pandemie koronaviru, obvykle jde spíše o nějakou formu intertextuálního sdělení, sám aktivně o koronaviru nehovoří prakticky vůbec, zatímco Pekarová Adamová a Rakušan ho obviňují (rovněž velmi zjednodušeně), že může za smrt tisíců lidí v souvislosti s covidem-19. Nulová zmínka o pandemii poukazuje na snahu nevytahovat před volbami potenciálně nebezpečná, respektive úspěch ohrožující témata. V Babišově rétorice se, byť v menší míře než u Okamury, objevuje také xenofobie, respektive islamofobie. Babiš navíc sice sdílí příspěvky svých kolegů, ale jde spíše o tvrzení vybraných spojenců³¹ jako členů jeho vlády než jako politických kolegů. Babiš tak v konečném důsledku působí, podobně jako Okamura, jako charismatický lídr politického subjektu, který je zcela vystavěn okolo něj.

5.5 Srovnání

Autor této práce v předchozích částech popsal individuálně diskurz každého z vybraných aktérů. V této podkapitole dojde ke strukturovanému zodpovězení výzkumných otázek na základě komparace komunikace analyzovaných politiků. Na VO1 autor komplexně odpověděl v předchozím průběhu této kapitoly, jednotlivé podkapitoly nabídly důkladnou analýzu lingvistických a diskurzivních prvků populismu u jednotlivých autorů. Potvrdila se hypotéza číslo jedna, která tvrdila, že určitá forma populistického diskurzu se objeví u všech čtyř politiků.

Navzdory faktu, že se populistického narativu dopustil každý z vybraných aktérů, se jejich diskurz výrazně lišil (VO2), ať už bychom srovnávali jednotlivé aktéry zvláště mezi sebou, nebo *klasické* populisty, tedy Tomia Okamuru a Andreje Babiše s dalšími dvěma aktéry z více mainstreamových stran, tedy Markétou Pekarovou Adamovou a Vitem Rakušanem.

Velmi podobně komunikoval Andrej Babiš a Tomio Okamura v souvislosti s tématem migrace, kdy odmítali *ilegální migraci*, případně hovořili shodně o *islamizaci Evropy*. Pro své politické

³¹ Například ministryně financí Alena Schillerová, ministr dopravy a zároveň ministr průmyslu a obchodu Karel Havlíček nebo ministr životního prostředí Richard Brabec

konkurenty, tedy pro koalici SPOLU a Piráty a Starosty, využívali označující *vítači*. Okamura navíc používal pro tyto strany označující *sluníčkáři*, které je více obecným pojmem, pod který patří kromě *vítačství* také Okamurou odsuzovaná podpora ekologie nebo údajná podpora *nepřizpůsobivých* (například Romů, ale i dalších menšin). Naopak pro Markétu Pekarovou Adamovou a Víta Rakušana migrace ve sledovaném období nebyla vůbec tématem (ani jednou se o ní nezmínili, tento nacionalistický prvek tak v jejich diskurzu chybí). Okamura s Babišem také shodně kritizovali Evropskou unii, případně i Severoatlantickou alianci. Spjovali tyto instituce se ztrátou suverenity České republiky, hovořili o *diktátu Bruselu* nebo o *odevzdání pravomocí do Bruselu*. Samotné belgické hlavní město Brusel používali jako synonymum pro Evropskou unii v negativním smyslu slova. Babiš se nicméně lišil tím, že jako premiér s Evropskou unií často spolupracoval (především s Evropskou radou), proto se následně chlubil svými úspěchy a vytvářel tak určitou formu falešné argumentace. Právě tím, že byl Babiš před volbami vládnoucím politikem, se v jeho diskurzu objevovalo celé jedno téma, které se u ostatních objevit nemohlo: propagace (často zveličená a velmi zjednodušená) úspěchů jeho vlády. V souvislosti s činností své vlády používal slovo *makat* a poukazoval na to, že jeho vláda byla jediná, která dokázala život v České republice skutečně zlepšit. Předchozí vlády označoval Babiš za *kmotry*, tedy za určitou formu organizované mafie. Naopak Markéta Pekarová Adamová a Vít Rakušan používali slovo *kmotři* právě v souvislosti s vládou Andreje Babiše, respektive konkrétně s hnutím ANO. Všichni čtyři vybraní aktéři mimo jiné hovořili o vládě pouze v souvislosti právě s hnutím ANO, Babiš sice jednou zmínil ministra zahraničních věcí Jakuba Kulhánka z ČSSD, zcela dominantně se ale v diskurzu vybraných aktérů objevovalo hnutí ANO jako synonymum pro *vládu České republiky*. Pekarová Adamová a Rakušan vytvářeli z Andreje Babiše jakési mytické zlo, shodně hovořili o *oligarchizaci*, respektive *agrofertizaci* Česka a velmi negativně se vyjadřovali o budoucnosti, pokud by nadále vládl Andrej Babiš. Tomio Okamura pak podobně svým způsobem *démonizoval* obě koalice a zmíněnou EU. Všichni čtyři se tak různými formami dopouštěli černobílého vymezování situace *my vs. oni*, což je jeden ze základních a klíčových prvků populistického diskurzu. Velmi výrazné zastoupení má tudíž v jejich diskurzu negativní afekt (politika strachu). Jde o jeden z řady důkazů, že populistický diskurz je samostatným fenoménem a pouze jeho spojení s určitou ideologií a jeho přijetí ze strany elektorátu rozhodují o tom, zda jde o fenomén pozitivní či negativní. Diskurzivně se také velmi lišila forma komunikace o sobě samých. Zatímco Andrej Babiš a Tomio Okamura ze sebe řadou praktik vytvořili zjevně *charismatické lídry* svých stran, kteří by se v případě vítězství stali premiérem, Pekarová Adamová a Rakušan používali spíše

diskurz v souladu s komunikací jejich koaličních partnerů. K tomu přispěl i fakt, že ani jeden z těchto politiků před volbami nebyl kandidátem na premiéra. Babiš o sobě například psal: *Jsem váš premiér pro neklidnou dobu*, v souvislosti se svým program říká: *Budu se za vás rvát až do roztrhání těla*, jde tedy o sdělení v první osobě. Okamura zase vytváří svou jedinečnost tím, že za hnutí SPD komunikuje prakticky pouze on (nesdílí příspěvky svých kolegů, pze spojenců na evropské úrovni). Všichni čtyři vybraní aktéři se dopouští do určité míry intimizace obsahu, když sdílí informace ze svého osobního života nebo fotky se svými voliči. V různých formách také využívají simplifikace sdělení, ať už jde o vzájemné obviňování, nebo propagaci svých úspěchů či programu. Ve své komunikaci využívali absolutní hodnoty slov (např. *rekordní schodek*, *totální selhání státu* atp. u Rakušana a Pekarové Adamové, *rekordně jsme zvyšovali důchody* u Babiše nebo *SPD je jediná relevantní vlastenecká strana* u Okamury). To poukazuje na modalitu u všech aktérů, kdy všichni komunikují jako *vševědoucí vypravěči*, kteří neponechávají prostor pro pochyby o svém sdělení. Z hlediska tranzitivity v naprosté většině svých příspěvků všichni hovořili v aktivní formě, tedy buď že oni sami, nebo jejich strany něco dokázali, nebo že jejich političtí soupeři něco zavinili. V absolutním minimu (rovnajícimu se nule příspěvků u většiny aktérů) hovořili v pasivu, tedy například o vnějších vlivech (například o vině pandemie koronaviru na ekonomické či sociální problémy).

V návaznosti na VO3 autor konstatuje, že platí tvrzení z práce Cerviové, Garcíi a Marína-Lladó (2021), tedy že pandemie koronaviru pro politické aktéry je z hlediska jejich komunikace spíše vedlejší, jakousi nepříjemnou okolností než skutečným zdrojem problémů. Markéta Pekarová Adamová a Vít Rakušan využívali ve svých sděleních šíření nemoci covid-19 a její dopady jako záminku pro obviňování premiéra Andreje Babiše v souvislosti především s počtem úmrtí, vysokým schodkem státního rozpočtu atd. Nezmiňovali přitom vlastní plán na obnovení běžného chodu země v případě jejich výhry. Rakušan spíše zmiňoval to, co on sám a *jeho* koalice dělat (na rozdíl od předchozí vlády) nebude, pokud zvítězí. V případě, kdy mluvil v pozitivní formě, tedy co skutečně dělat bude, hovořil velmi obecně a ve většině případů v tom smyslu, jak jinak by politika vypadala, kdyby vládu složili Piráti a Starostové. Tomio Okamura využíval situaci s pandemií koronaviru spíše v návaznosti na svůj dlouhodobý diskurz. Využíval tak souvislosti s omezováním osobní svobody (uzavřené restaurace, povinné očkování) nebo svobody slova. Andrej Babiš se k pandemii ani jednou přímo nevyjádřil, pouze sdílel obsah z médií nebo svou předvolební propagační knihu s názvem *Sdílejte, než to zakážou*,

v nichž se k situaci vyjadřoval. Aktivně však ani jeden příspěvek související s koronavirem nepřidal.

S blížícími se volbami docházelo v komunikaci jednotlivých aktérů k větším či menším změnám, u každého nicméně v trochu jiném smyslu slova (VO4). Andrej Babiš například od 1. října, tedy týden před prvním dnem voleb, začal výrazně více slovně útočit na koalici SPOLU. Do té doby věnoval z pohledu svých sdělení na sociálních sítích výrazně větší pozornost druhé kandidující koalici, tedy Pirátům a hnutí STAN. Vít Rakušan začal v posledních několika dnech před volbami, konkrétně od 3. října, poprvé ve vymezeném období oslovovat přímo Andreje Babiše. Do té doby hovořil obecně spíše o konci *oligarchů* a *populistů*, 3. října pak sdílel článek přímo týkající se tehdejšího premiéra v souvislosti s kauzou *Pandora Papers*. 6. října pak Babiše na Twitteru dokonce označil, když mu vzkázal, že Ivan Bartoš je víc než vhodný protivník do televizní diskuse, který *má kompetence odstránit Babiše od jeho kšeftíčků*. Ve stejný den v narážce na populární kulturu sdílel své tvrzení z debaty, že zpěvačka Shakira je *lepší než Babiš*. V den voleb, tedy 8. října Rakušan napsal: *Andreji, končíš. Přijďte, prosím, k volbám a vraťme zemi budoucnost*. Změna rétoriky je v tomto případě jasná, nejedná se však o změnu diskurzu jako celku, neboť o Babišovi a jeho *zkorumpované* vládě hovořil Rakušan v celém vymezeném období, v posledních dnech pouze premiéra přímo oslovoval. Markéta Pekarová Adamová v porovnání s Rakušanem, Babišem a Okamurou naopak svůj diskurz před volbami zmírnila a vykreslovala spíše sebe sama jako *ženu z lidu*, ale také jako *zkušenou političku*. V posledních několika dnech mimo jiné zmínila, že měla narozeniny³² a také že se jí narodila neteř. V souvislosti se svými narozeninami napsala, že ji kamarádi dobře znají a obdarovali ji dobrým dárkem, k narození své neteře napsala: *Nejen pro ni chci Česko, které se neutápí v minulosti, ale plánuje budoucnost*. V obou případech šlo o intimizaci obsahu a zjemnění předchozích neustálých útoků na Andreje Babiše. Také se v posledních dnech před volbami emotivně loučila s končícím dlouholetým poslancem a někdejšími ministrem zahraničí Karlem Schwarzenbergem, který byl zakladatelem TOP 09, nebo děkovala předsedovi ODS a lídrovi koalice SPOLU Petru Fialovi za vzkaz seniorům, nicméně k tomuto příspěvku dodala, že Andrej Babiš jim a jejich vnukům *chce ukrást budoucnost*. V porovnání s předchozími řetězci příspěvků, které se týkaly pouze Andreje Babiše, se nicméně dá vyzorovat poměrně zásadní rozdíl. Velmi konzistentní formu měl po

³² Markéta Pekarová Adamová se narodila 2. října 1984 a je tak ze všech analyzovaných politiků nejmladší, Vít Rakušan se narodil roku 1978, Tomio Okamura v roce 1972 a ze všech nejstarší je Andrej Babiš, který se narodil v roce 1954.

celé vymezené období diskurz Tomia Okamury. V posledních dnech před volbami nicméně Okamura více sdílel takzvané *memes*³³ spíše než nativní textový či audiovizuální obsah, jak bylo po celé sledované období zvykem. Jeho rétorika pak směřovala už spíše na české občany a jejich podporu než na *odmítání diktátu Evropské unie* či *omezování osobní svobody* či *slova*. Napsal například, že *hnutí SPD je jediným relevantním subjektem, který se staví proti přijetí eura*. K tomu dodal, že *eurová měna by fatálně poškodila českou ekonomiku*. Snažil se také zdiskreditovat politickou soupeřku Zuzanu Majerovou Zahradníkovou (předsedkyni hnutí Trikolora). Ta v debatě v České televizi řekla, že nejbližším partnerem Trikolory (respektive subjektu *Trikolora Svobodní Soukromníci*) by byla ODS. Podle Okamury tedy *probruselská koalice SPOLU*. Právě v posledních dnech sdílel podporu od Marine Le Penové nebo Václava Klause. U Okamury se nicméně zásadní změna pozorovat nedá a jeho diskurz zůstal ze všech analyzovaných politiků nejucelenější po celé sledované období.

Všichni čtyři vybraní političtí aktéři na obou sociálních sítích využívali do nějaké míry všechny její možnosti, s výjimkou živého vysílání. Živé vysílání ve vybraném období nepoužil ani jeden z vybraných aktérů, sdíleli ale pozvánky na živě přenášené televizní debaty. Z analýzy se nicméně potvrdila teorie z roku 2018, která označuje Twitter za více elitářské médium (Von Nordheim, Boczeková & Koppers, 2018). Ta tvrdí, že Twitter je více oficiální a jde především o komunikační kanál mezi politiky, institucemi, novináři a dalšími osobnostmi, které významně zasahují do veřejného prostoru. Facebook pak podle tvrzení zmíněných autorů funguje spíše jako nástroj pro komunikaci s elektorátem, jde podle nich o více lidové médium. Tomu odpovídá i počet reakcí u jednotlivých příspěvků.³⁴ Twitter totiž vybraní aktéři používali častěji pro interakci se svými politickými spojenci, nepřáteli, ale také českými novináři. K tomu mimo jiné pomáhá jednodušší mechanika sdílení cizích příspěvků (retweet). Zkoumaní politici na Twitteru častěji sdíleli příspěvky svých spolustraníků, často se jednalo i o zcela jiné osobnosti, než jaké politici sdíleli na Facebooku (například Andrej Babiš pouze na Twitteru sdílel tweety ministra životního prostředí Richarda Brabce, Markéta Pekarová Adamová sdílela tweet poslance TOP 09 Toma Philippa). Na Twitteru pak tito aktéři komunikovali napřímo i s novináři či dalšími osobnostmi, také se označovali navzájem ve svých příspěvcích. Na Facebooku naopak v různých formách odpovídali na komentáře svých sledujících z řad *lidu*. Nejméně ze všech reagoval Andrej Babiš, Tomio Okamura pak odpovídal prostým *děkuji* na

³³ Například zmíněnou změnu znění dětských slabikářů.

³⁴ Na Facebooku měli vybraní aktéři v naprosté většině případů u příspěvků násobně větší množství lajků i komentářů.

každé vyjádření podpory či souhlasu. Markéta Pekarová Adamová a Vít Rakušan odpovídali na komentáře několika málo slovy. Tomio Okamura z analyzovaných politiků v největší míře využíval diskurzivní praxe takzvaných *memes*, nicméně podobné příspěvky přidával i Andrej Babiš. Pekarová Adamová a Vít Rakušan se ve vizuálních sděleních omezili pouze na své fotky s občany, případně na různé letáky a plakáty. Všichni autoři používali opakovaně totožná hesla jako jejich strany a hnutí (případně koalice), čímž byl jejich diskurz výrazně ovlivněn³⁵. Pekarová Adamová, Rakušan a Babiš ve vybraném období sdíleli videa, která nějakým způsobem útočila na jejich politické protivníky (například nereálným, až dystopickým vykreslením budoucnosti), případně měla určitou formu emocionálního sdělení, Okamura zase v jednom z videí ostře kritizoval novináře. Tomio Okamura a Andrej Babiš pak pokračovali ve svých pravidelných videopříspěvcích, v jakýchsi glosách, v nichž shrnovali politické a sociální dění (*Čau, lidi* a Okamurovy pravidelné glosy na YouTube – právě tuto sociální síť používal Okamura ze všech sledovaných nejčastěji). Na Facebooku přidávali vybraní aktéři výrazně delší textová sdělení, což je dáno tím, že Twitter omezuje počet znaků na jeden příspěvek, což autoři v některých případech řešili takzvaným vláknem – řetězcem příspěvků, které na sebe přímo navazují, ale kvůli omezení počtu znaků je nutné je rozdělit do více částí. Obecně lze v odpovědi na VO5 potvrdit pátou hypotézu z metodologické části této práce.

Všichni vybraní političtí aktéři naplno využívali funkcí sociálních sítí, a to jak pro komunikaci s voliči, tak pro vlastní propagaci nebo určitou formu agrese vůči svým politickým oponentům. Přitom první ze zmíněných funkcí, tedy snaha oslovit napřímo voliče (určitá forma populismu), je přítomná u všech příspěvků. Lze tedy konstatovat, že narativ politiků na sociálních sítích je nutné považovat za součást politického diskurzu a že ani politici, které bychom běžně za populisty neoznačili, se populistické komunikaci nevyhýbají.

³⁵ Rakušan používal hesla *Vraťme zemi budoucnost* a *Nelhat, nekrást, nešvindlovat*, Pekarová Adamová zase *Píšeš konec*. Andrej Babiš používal heslo *Budu se za vás rvát až do roztrhání těla*. SPD žádné konkrétní heslo nepoužívala, nicméně i Okamurův diskurz byl totožný jako celého jeho hnutí.

6. Diskuse

Diskurz každého jednotlivého analyzovaného aktéra lze označit za svým způsobem populistický. Autor této práce se nicméně domnívá, že je to spíše ideologie, která dělá z populistického narativu komplexní diskurz. Na základě výzkumu je očividné, že politizace slova populismus, jak o ní hovoří Maiguashcaová (2019), je fenoménem nejen v médiích a v politice samotné, ale také v akademickém výzkumu. Markéta Pekarová Adamová a Vít Rakušan by se totiž z kategorizace, s níž přišel Claes De Vreese (2017, s. 3), mohli bez větších argumentačních problémů zařadit do tzv. antielitářského populismu (opírají se o hlas *lidu* a opakovaně vytvářejí opozici *my vs. oni*). Autor o této kategorizaci hovořil v první kapitole. Pekarová Adamová by dokonce mohla být označena za *hard* populistku, zatímco Rakušan by z tohoto hlediska byl na hranici mezi *soft* a *hard* populismem, jak uvádí Mazzoleni (2008). Tomio Okamura a Andrej Babiš by z hlediska první kategorizace spadali do tzv. *kompletního populismu*. Oba se totiž opírají o hlas *lidu* (Okamura především o hlas *českých vlastenců*), vytváří opozici *my vs. oni* a také se ve větší či menší míře dopouští exkluze části obyvatel (migrantů, *nepřizpůsobivých*). Oba bychom pak označili za *hard* populisty.³⁶ Jak autor této práce uvedl ve druhé kapitole, takzvaný měkký (*soft*) populismus se vymezuje zlehčováním a zjednodušováním důležitých a složitých informací a také přímou komunikací s elektorátem. Tvrdý (*hard*) populismus pak k těmto praktikám přidává i obviňování druhých a ostrou, až vulgární rétoriku. Nelze nicméně tvrdit, že by všichni uvedení političtí aktéři měli stejnou ideologii, která by z nich vytvářela populisty *per se*.

Sám Laclau (2005, s. 33) mimo jiné tvrdí, že hnutí či strana není populistická jen proto, že využívá populistický diskurz. Francesco Melito (2021, s. 230) uvádí, že v souvislosti s populistickým diskurzem je nutné odlišovat populismus jako takový a *demagogismus*.³⁷ Melito zmiňuje, že populismus i demagogismus (jako určitá forma antipopulistické strategie) jsou reakcí na určité selhání společnosti, respektive hegemonie, která v ní vládne či vládla. „Demagogismus je aktivní a specifická praktika, která se snaží reprodukovat *normalitu* a *zdravý rozum*, jak ho chápe původní *hegemonní* vrstva, respektive mainstreamové strany. Tyto

³⁶ Specifikem minimálně u Andreje Babiše je pak netransparentnost provozování účtů na sociálních sítích. Velmi často se totiž spekuluje, že Babiš si své profily nespravuje sám, na starosti je má jeho poradní tým.

³⁷ přípona -ismus naznačuje, že se jedná o celé pole zájmu, které je založeno na demagogii jako takové. Slovo demagogie pochází z řečtiny a už tehdy mělo význam někoho, kdo se dopouští zavádějící politiky, který nevede svůj lid správným (pravdivým) směrem (Melito, 2021, s. 230)

svým diskurzem zcela odmítají jakoukoliv legitimitu antihegemonního diskurzu (ať už je populistický, nebo ne), který vyzývá na souboj zaběhlý dominantní diskurz” (Melito, 2021, s. 240). Melito dodává, že kdysi nebo i v současnosti vládnoucí strany odmítají jakýkoliv demokratický požadavek alternativního narativu, který automaticky označují za populistický. Tyto požadavky vykreslují mainstreamoví politici (často mylně) za iracionální a špatné. Do této kategorie by šlo podle názoru autora této práce zařadit jak Andreje Babiše jako premiéra ve vymezeném vzorkovém období, ale také Markétu Pekarovou Adamovou a Víta Rakušana jako zástupce víceméně mainstreamových stran. Podle autorova názoru je nicméně demagogismus spíše užším vymezením již tak velmi širokého pojmu populismus. Argumentem proto budiž mimo jiné to, že v diskurzu Pekarové Adamové a Rakušana se jen velmi zřídka objevilo přímé obvinění Babiše či Okamury z populismu, jejich kritika směřovala spíše na jejich politiku a jejich osobní problémy (například trestní stíhání Andreje Babiše). Stejně to fungovalo i směrem naopak, Andrej Babiš se například dopouštěl demagogického narativu v souvislosti s Evropskou unií a rolí České republiky v ní. V případě narativu předsedy vlády by se mělo jednat podle definice o dominantní diskurz, nicméně v Okamurově případě by zase stejný narativ spadl spíše do toho populistického, tedy více alternativního diskurzu. Obsahový rozdíl ve vyjádření obou politiků je přitom jen minimální. Autor této práce se domnívá, že demagogický narativ je součástí populistického diskurzu, nikoliv jeho přímým opakem, nebo snad synonymem. Autor by demagogismus, jak o něm hovoří Melito, spíše zařadil do existujícího spektra jako jeden z významných prvků populismu, případně antipopulismu.

Autor v této práci nahlížel na populismus jako na diskurzivní strategii. Domnívá se totiž, že jde o nevhodnější přístup pro další výzkum. V souvislosti s kritickou diskurzivní analýzou, kterou autor v této práci aplikoval, konstatuje, že se ztotožňuje s Hilary Janksovou a její prací z roku 1997. Ta tvrdila, že CDA nelze dělat po jednotlivých fázích (deskriptivní, interpretační, explanační), nýbrž je nutné postupovat současně. I proto nejsou podkapitoly týkající se diskurzu jednotlivých aktérů více strukturovaně členěny, nejedná se ale přitom o náhodný tok myšlenek, ale spíše o ucelený pohled na všechny tři fáze CDA najednou.

Autor svou volbou populismu jako diskurzu v žádném případě nezavrhne myšlenky autorů, jako jsou Pierre Ostiguy, Kurt Weyland, Cas Mudde nebo Cristobal Rovira Kaltwasser. Jedním ze základních tvrzení, s nimiž se autor této práce naopak ztotožňuje a která se promítají napříč různými přístupy, je to, že populismus není *a priori* ani negativní, ani pozitivní fenomén.

Ostiguy (2017) například hovoří o tom, že k populismu je třeba přistupovat na určité škále, podobně jako ke členění politických subjektů na tradičním pravolevém spektru. Autor této práce i v souladu s prostudovanou literaturou konstatuje, že výzkum populismu se bude nadále vyvíjet, především pokud dojde ke kompletní depolitizaci tohoto pojmu a bude se na něj nahlížet skutečně spíše jako na diskurzivní strategii. Tato práce totiž ukázala, že politici mainstreamových stran mohou používat ve své komunikaci řadu populistických prvků, a mohli by se dokonce řadit podle některých kritérií mezi *hard* populisty. Lze se tedy dotazovat, co konkrétně odlišuje Markétu Pekarovou Adamovou od Andreje Babiše, když se jejich komunikace podobá jak obsahem, tak smyslem sdělení, jak se liší manicheánská opozice vytvořená diskurzem Víta Rakušana a Tomia Okamury. Lze Rakušana či Pekarovou Adamovou považovat za *charismatické lídry*, i když nejsou koaličními kandidáty na premiéra či premiérku? Jak relevantní a racionální jsou politické otázky, které do veřejného prostoru přináší Tomio Okamura (a jemu podobní spíše extremističtí populisté)? Jaká je skutečná role spojení populismu a ideologie? I to jsou otázky, které by měl zodpovědět další výzkum.

Závěr

Tato práce se zaměřila na analýzu populismu z hlediska takzvaného diskurzivního přístupu. Autor v ní nejprve popsal různé přístupy ke studiu populismu, následně se zaměřil na ten, který řada výše uvedených autorů považuje za ten nejlepší z hlediska možnosti komparace. Následně popsal vztah populistického diskurzu, sociálních sítí a tradičních (i nových) médií. Analyzoval příspěvky na sociálních sítích čtyř vybraných politických aktérů, kteří byli v době voleb v říjnu 2021 předsedy hnutí či stran, které různými způsoby ve volbách uspěli. Cílem práce bylo především poukázat na populismus jako na více neutrální fenomén. Autor porovnával, v českém prostředí bezprecedentně, dva politické aktéry, kteří jsou běžně médií i akademiky za populisty označováni, a další dva, kteří za populisty běžně označováni nejsou. Výsledky zkoumání, které autor popsal podrobně v podkapitole 4.5, skutečně na jakousi neutralitu pojmu jasně poukazují.

Výzkum odhalil mimo jiné to, že paradoxně nejkonzistentněji (byť velmi populisticky) ve vybraném období komunikoval Tomio Okamura jakožto názorově nejvyhraněnější z analyzovaných aktérů. Jeho kontroverzní názory totiž nejsou ovlivněny v čase a jeho diskurz se paradoxně zdá být v určitém smyslu slova nejtransparentnější. Ačkoliv samotná sdělení mohou být nepravdivá nebo zkreslená, novináři, politici i *lid* v zásadě vždy vědí, co mohou od Okamury očekávat. Vít Rakušan a Markéta Pekarová Adamová používali ve svém diskurzu rovněž výrazně populistické prvky, ať už bychom poukázali na zlehčování či zjednodušování problémů, obviňování druhých (především Andreje Babiše), hovorové či nespisovné výrazy, floskule, fráze, sloganovitá a zkratkovitá sdělení, nebo v neposlední řadě na odkazování se na tzv. *vox populi*. Klíčový prvek, který se objevil navíc pouze u Babiše a Okamury, byla určitá forma diskriminace, xenofobie či islamofobie. Podle autora by v souladu s dosud platnými kritérii šlo za populisty označit všechny vybrané aktéry. Ve svém navazujícím výzkumu se bude autor této práce snažit přijít s vlastní kategorizací a ještě více popsat spojení pojmů ideologie a populismus, resp. populistický diskurz. Lze totiž konstatovat, že ani Tomia Okamuru ani Markétu Pekarovou Adamovou nelze navzdory jejich převažujícímu dominantnímu populistickému diskurzu hodnotit stejně. Stejně jako nelze za stejné politické aktéry označit Rakušana a Babiše a *vice versa*. Zatímco Babiše a Okamuru bychom mohli zařadit, jak píše Ostiguy (2017, s. 93), mezi takzvané *enfants terribles* české politické scény, Pekarovou Adamovou a Rakušana takto označit nemůžeme. Autor této práce se domnívá, že je

nutné vytvořit konkrétní, na určité *gradaci* založené kategorie, do nichž by tito politici šli z hlediska populismu zařadit.

Autor s ohledem na interdisciplinární povahu výzkumného tématu považuje tuto práci za velmi přínosnou a také za podklad pro další výzkum. S populismem je podle názoru autora potřeba pracovat tak, jak jej označoval Laclau, tedy jako s lidově-demokratickým diskurzem. Kromě ideologie a samotného populistického diskurzu je do analýzy také nutné vzít do povědomí míra demokracie v dané zemi. Pokud se narativ všech vybraných politiků v některých prvcích bez výjimky protíná (například ve vytváření manicheánské opozice), lze se domnívat, že populismus není nedemokratický či neliberálně demokratický fenomén, jak tvrdí někteří akademici.

Autor s ohledem na limity tohoto výzkumu, popsané v metodologické části diplomové práce, navrhuje do budoucna zkoumat jednak diskurz stejných aktérů v jiných obdobích, například během prvních dnů ruské invaze na Ukrajinu nebo během prvních dnů pandemie koronaviru. Důležité by bylo také porovnat jejich komunikaci v období před volbami, v němž je ze své podstaty komunikace velmi specifická, a v jiném období (ať už z nějakého důvodu krizovém, nebo i *klidovém*). Výzkum pomocí CDA by pak bylo vhodné propojit s dalšími technikami, například kvantitativními (sledovat počty výskytů jednotlivých lingvistických prvků v daných sděleních). Zvětšit by se také dal v dalším výzkumu vzorek počtu analyzovaných aktérů (například na všechny lídry relevantních stran v porovnání s níže postavenými členy stran), tak analyzovaných prostředků komunikace (sdělení v TV, pseudoudálosti atp.). Také by se dalo pracovat s délkou vybraného období. V konečné fázi by se pak data nabraná tímto komplexním způsobem dala porovnat s podobně komplexně nabranými daty z jiné země či více zemí. Autor této práce se například domnívá, že by se mohlo ukázat, že populismus používají především lídři subjektů v politických arénách bez ohledu na stranickou či ideologickou příslušnost. Autor by se chtěl na fenomén politické komunikace, populismu a populistického diskurzu nadále zaměřovat během doktorského studia a další výzkumné kariéry.

Summary

This thesis focused on the analysis of populism in terms of the so-called discursive approach. The author first described different approaches to the study of populism, then focused on the one that many of the mentioned authors (Laclau, 1977; Manucci, 2017; Katsambekis, 2020) consider to be the best in terms of the possibility of comparison. The author then described the relationship between populist discourse, social networks and traditional (and new) media. He analysed the contributions of four selected political actors on social media (Twitter and Facebook) who were the leaders of movements or parties that in some way succeeded in the October 2021 elections. The main aim of the paper was to highlight populism as a more neutral phenomenon. The author compared, unprecedentedly in the Czech scholar environment, two political actors who are commonly labelled populists by the media and academics and two who are not usually labelled as such. The selected politicians were Andrej Babiš (ANO), Tomio Okamura (*Freedom and Direct Democracy*, commonly abbreviated to *SPD* in Czech), Markéta Pekarová Adamová (TOP 09) a Vít Rakušan (from the movement *Mayors and Independents*, commonly abbreviated to STAN)

The research revealed, among other things, that paradoxically Tomio Okamura, as the most extremist of the analysed actors, communicated most consistently (albeit in a very populist way) in the selected period. Vít Rakušan and Markéta Pekarová Adamová used in their discourse some clearly populist elements, whether we would point to the downplaying or simplification of complicated issues, blaming others (especially Andrej Babiš), colloquial or ungrammatical expressions, clichés, slogan-like messages, and last but not least, references to the so-called *vox populi* (as in *people are the power*). Moreover, a key element that appeared only in the case of Babiš and Okamura was a certain form of discrimination, xenophobia or Islamophobia. The author states that according to the criteria in force so far, all selected actors could be described as populists. In his future work, the author of this thesis will try to come up with his own definition of the categorization and further describe the connection between the concepts of ideology and populism, or populist discourse. It can be stated that neither Tomio Okamura nor Markéta Pekarová Adamová can be evaluated in the same way (same category) despite their predominantly populist discourse. Just as one cannot label Rakušan and Babiš as the same political actors ideologically speaking and vice versa. While we could classify Babiš and Okamura among, as Ostiguy (2017, p. 93) calls it, the *enfants terribles* of the Czech

political scene, we cannot label Pekarova Adamová and Rakušan in this way. The author of this thesis believes that it is necessary to create specific categories based on a certain gradation, into which these politicians could be classified and categorized in terms of populism.

Taking into account the interdisciplinary nature of the research topic, the author considers this thesis to be a very valuable contribution to the field and a good basis for further research. In the author's opinion, populism needs to be treated as Laclau described it, i.e. as a popular democratic discourse that can but does not necessarily have to be a negative approach to politics. In addition to the ideology and the populist discourse itself, the degree of democracy in a given country must also be factored into the analysis. If the narrative of all the selected politicians without exception intersects in some elements (for example, in the formation of a Manichean opposition), one can argue that populism is not an undemocratic or illiberal democratic phenomenon, as some academics claim. It will be necessary in the future research to focus on a much clearer and gradational classification and categorization of populists.

Použitá literatura

Odborná literatura

AITCHISON, Guy. Three models of republican rights: juridical, parliamentary and populist. *Political studies*, 2017, 65.2: s. 339-355.

AKKERMAN, Agnes; MUDDE, Cas; ZASLOVE, Andrej. How populist are the people? Measuring populist attitudes in voters. *Comparative political studies*, 2014, 47.9: s. 1324-1353.

ALTHEIDE, David L. *Creating fear: News and the construction of crisis*. Transaction Publishers, 2002.

ALTHEIDE, David L. Terrorism and the Politics of Fear. *Cultural Studies? Critical Methodologies*, 2006, 6.4: s. 415-439.

ALTHEIDE, David L. Media logic and political communication. *Political Communication*, 2004, 21.3: s. 293-296.

ALTHEIDE, David L.; SNOW, Robert P. *Media Logic: La logia dei media*. Armando Editore, 2018.

ARRIBAS-AYLLON, Michael; WALKERDINE, Valerie. Foucauldian discourse analysis. *The Sage handbook of qualitative research in psychology*, 2008, s. 91-108.

BARTLETT, Jamie. Populism, social media and democratic strain. *European populism and winning the immigration debate*, 2014, s. 99-114.

BARRETT, Frank J.; THOMAS, Gail Fann; HOCEVAR, Susan P. The central role of discourse in large-scale change: A social construction perspective. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 1995, 31.3: s. 352-372.

BERMAN, Sheri. The pipe dream of undemocratic liberalism. *Journal of Democracy*, 2017, 28.3: s. 29-38.

BOORSTIN, Daniel. From news-gathering to news-making: A flood of pseudo-events. *The process and effects of mass communication*, 1971, s. 116-150.

BOS, Linda; BRANTS, Kees. Populist rhetoric in politics and media: A longitudinal study of the Netherlands. *European Journal of Communication*, 2014, 29.6: s. 703-719.

BOS, Linda; VAN DER BRUG, Wouter; DE VREESE, Claes H. An experimental test of the impact of style and rhetoric on the perception of right-wing populist and mainstream party leaders. *Acta Politica*, 2013, 48.2: s. 192-208.

BOS, Linda; VAN DER BRUG, Wouter; DE VREESE, Claes. How the media shape perceptions of right-wing populist leaders. *Political Communication*, 2011, 28.2: s. 182-206.

BOURDIEU, Pierre. Les trois états du capital culturel. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1979, 30.1: s. 3-6.

BRACCIALE, Roberta; MARTELLA, Antonio. Define the populist political communication style: the case of Italian political leaders on Twitter. *Information, Communication & Society*, 2017, 20.9: s. 1310-1329.

BREEZE, Ruth. Approaching populist discourse from linguistics: Graduation in Political Speeches. *Diskurs*, 2019, s. 151-169.

BRUNS, Axel. Prodisusage. In: *Proceedings of the 6th ACM SIGCHI Conference on Creativity & Cognition*. 2007. s. 99-106.

BUSBY, Ethan C.; GUBLER, Joshua R.; HAWKINS, Kirk A. Framing and blame attribution in populist rhetoric. *The Journal of Politics*, 2019, 81.2: s. 616-630.

CANOVAN, Margaret. Trust the people! Populism and the two faces of democracy. *Political studies*, 1999, 47.1: s. 2-16.

CANOVAN, Margaret. *Populism*. Houghton Mifflin Harcourt P, 1981.

CERVI, Laura; GARCÍA, Fernando; MARÍN-LLADÓ, Carles. Populism, Twitter, and COVID-19: Narrative, Fantasies, and Desires. *Social Sciences*, 2021, 10.8: 294.

CHADWICK, Andrew. *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press, 2013.

CHILTON, Paul. *Analysing political discourse: Theory and practice*. routledge, 2004.

DE CLEEN, Benjamin; STAVRAKAKIS, Yannis. Distinctions and articulations: A discourse theoretical framework for the study of populism and nationalism. *Javnost-The Public*, 2017, 24.4: .s. 301-319.

DE SAUSSURE, Ferdinand. Nature of the linguistic sign. *Course in general linguistics*, 1916, s. 65-70.

DE VREESE, Claes H. Political journalism in a populist age. *Harvard Kennedy School, Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy*, December, 2017, 11.

ENGESSER, Sven, et al. Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology. *Information, communication & society*, 2017, 20.8: s. 1109-1126.

ENTMAN, Robert M. Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of communication*, 2007, 57.1: s. 163-173.

- FAIRCLOUGH, Norman. *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Psychology Press, 2003.
- FAIRCLOUGH, Norman. Critical discourse analysis and the marketization of public discourse: The universities. *Discourse & society*, 1993, 4.2: s. 133-168.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Routledge, 2013.
- FAIRCLOUGH, Norman. Political discourse in the media: An analytical framework. *Approaches to media discourse*, 1998, s. 142-162.
- FAIRCLOUGH, Norman. Discourse and text: Linguistic and intertextual analysis within discourse analysis. *Discourse & society*, 1992, 3.2: s. 193-217.
- FAIRCLOUGH, Norman. WODAK, Ruth. 'Critical discourse analysis', in T. van Dijk (ed.), *Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction*. Volume 2. London: Sage, 1997, s. 258±84
- FOUCAULT, Michel. *The Archaeology of Knowledge*. London: Tavistock, 1972.
- FOUCAULT, Michel. 'Power and Norms' in M. Morris and P. Patton (ed.) *Power, Truth and Strategy* (Sydney: Feral, 1979). s. 62
- FREISTEIN, Katja; GADINGER, Frank. Populist stories of honest men and proud mothers: A visual narrative analysis. *Review of International Studies*, 2020, 46.2: s. 217-236.
- HAMELEERS, Michael, et al. The persuasiveness of populist communication: Conceptualizing the effects and political consequences of populist communication from a social identity perspective. In: *Communicating Populism*. Routledge, 2019. s. 143-167.
- HAWKINS, Kirk A. Is Chávez populist? Measuring populist discourse in comparative perspective. *Comparative Political Studies*, 2009, 42.8: s. 1040-1067.
- HAWKINS, Kirk A.; KALTWASSER, Cristóbal Rovira. The ideational approach to populism. *Latin American Research Review*, 2017, 52.4: s. 513-528.
- HAWKINS, Kirk A.; ROVIRA KALTWASSER, Cristóbal. What the (ideational) study of populism can teach us, and what it can't. *Swiss Political Science Review*, 2017, 23.4: s. 526-542.
- HLOUŠEK, Vít; KOPEČEK, Lubomír. How to run an efficient political machine: the billionaire Andrej Babiš and his political-business project. *Politics in Central Europe*, 2019, 15.1: s. 35-54.
- HOFFMANNOVÁ, Jana. *Stylistika a...: současná situace stylistiky*. Trizonia, 1997.
- HOFSTADTER, Albert. Truth of being. *The Journal of Philosophy*, 1965, 62.7: s. 167-183.

- CHARVÁT, Jakub; JUST, Petr. *Krize politického stranictví a noví straničtí aktéři v české politice*. Metropolitan University Prague Press, 2016.
- CHOVANEC, Jan, et al. Performing populist style in context. *Jezik, književnost, kontext*, 2020, s. 31-44.
- JAGERS, Jan; WALGRAVE, Stefaan. Populism as political communication style. *European journal of political research*, 2007, 46.3: s. 319-345.
- JANKS, Hilary. Critical discourse analysis as a research tool. *Discourse: studies in the cultural politics of education*, 1997, 18.3: s. 329-342.
- JØRGENSEN, Marianne W.; PHILLIPS, Louise J. *Discourse analysis as theory and method*. Sage, 2002.
- KATSAMBEKIS, Giorgos. Constructing ‘the people’ of populism: A critique of the ideational approach from a discursive perspective. *Journal of Political Ideologies*, 2020, s. 1-22.
- KMENTA, Jaroslav. *Boss Babiš*. JKM-Jaroslav Kmenta, 2017.
- LACAN, Jacques; MILLER, Jacques-Alain Ed; GRIGG, Russell Trans. The seminar of Jacques Lacan, Book 3: The psychoses 1955–1956. In: *Translation of the seminar that Lacan delivered to the Société Française de Psychoanalyse over the course of the academic year 1955–1956*. WW Norton & Company, 1993.
- LACLAU, Ernesto. “Identity and Hegemony: The Role of Universality in the Constitution of Political Logics.” In *Contingency, Hegemony, Universality: Contemporary Dialogues on the Left*, edited by Judith Butler, Ernesto Laclau, and Slavoj Žižek, 2000. s. 44–89.
- LACLAU, Ernesto. *On populist reason*. Verso, 2005.
- LACLAU, E. *Politics and Ideology in Marxist Theory* New Left Books. 1977.
- LACLAU, Ernesto; MOUFFE, Chantal. *Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics*. Verso Trade, 1985
- LAMONT, Michele; LAREAU, Annette. Cultural capital: Allusions, gaps and glissandos in recent theoretical developments. *Sociological theory*, 1988, s. 153-168.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. *The Raw and the Cooked: Mythologies, Volume 1*. University of Chicago Press, 1983.
- confrontation between Republicanism and Neoliberalism. *DISKURS*, 2019.
- LOŠONC, Alpar. Discursive dependence of politics with the confrontation between Republicanism and Neoliberalism. *DISKURS*, 2019.
- MAIGUASHCA, Bice. Resisting the ‘populist hype’: a feminist critique of a globalising concept. *Review of International Studies*, 2019, 45.5: s. 768-785.

- MANUCCI, Luca. Populism and the Media. *The Oxford handbook of populism*, 2017, s. 467-488.
- MARTÍNEK, Daniel. Semi-successful Socio-political Transformation in CEE: The Case of the Czech Republic. *Der Donauraum*, 2020, 60.1-2: s. 71-86.
- MAZZOLENI, Gianpietro. Populism and the media. In: *Twenty-first century populism*. Palgrave Macmillan, London, 2008. s. 49-64.
- MAZZOLENI, Gianpietro, et al. The media and the growth of neo-populism in contemporary democracies. *The media and neo-populism: A contemporary comparative analysis*, 2003, s. 1-20.
- MELITO, Francesco, et al. Populism vs. Demagogism: What if Anti-populists are the Real Demagogues?. *Politologický časopis-Czech Journal of Political Science*, 2021, 28.3: s. 229-244.
- MÉNY, Yves; SUREL, Yves. *Par le peuple, pour le peuple: le populisme et les démocraties*. 2000.
- MUDDE, Cas. An ideational approach. *Oxford Handbook on Populism*, 2017, s. 27-47.
- MUDDE, Cas. The populist zeitgeist. *Government and opposition*, 2004, 39.4: s. 541-563
- MUDDE, Cas; KALTWASSER, Cristóbal Rovira (ed.). *Populism in Europe and the Americas: Threat or corrective for democracy?*. Cambridge University Press, 2012.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. The spiral of silence a theory of public opinion. *Journal of communication*, 1974, 24.2: s. 43-51.
- OCIEPKA, Beata (ed.). *Populism and media democracy*. Wdawn. Uniwersytetu Wrocławskiego, 2005.
- OSTIGUY, Pierre, et al. A socio-cultural approach. *Rovira Kaltwasser, C., PA Taggart, PA, Espejo, PO & Ostiguy, P.(Eds.), The Oxford handbook of populism*, 2017, s. 73-9
- OSTIGUY, Pierre; PANIZZA, Francisco; MOFFITT, Benjamin (ed.). *Populism in Global Perspective: A Performative and Discursive Approach*. Routledge, 2020.
- OSTIGUY, Pierre; MOFFITT, Benjamin. Who Would Identify With An “Empty Signifier”?: The Relational, Performative Approach to Populism. In: *Populism in Global Perspective*. Routledge, 2020. s. 47-72.
- PANIZZA, Francisco. Introduction: Populism and the mirror of democracy. 2005.
- PANIZZA, Francisco; STAVRAKAKIS, Yannis. Populism, Hegemony, and the Political Construction of “The People”: A Discursive Approach. In: *Populism in Global Perspective*. Routledge, 2020. s. 21-46.

- PELINKA, Anton. Right-wing populism: Concept and typology. *Right-wing populism in Europe: Politics and discourse*, 2013, s. 3-22.
- POSTILL, John. Populism and social media: a global perspective. *Media, culture & society*, 2018, 40.5: s. 754-765.
- PARISER, Eli. *The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think*. Penguin, 2011.
- REINEMANN, Carsten. The missing link: Effects of populist communication on citizens. In: *Perspectives on Populism and the Media*. Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, 2020. s. 215-234.
- ROXBOROUGH, Ian. Unity and diversity in Latin American history. *Journal of Latin American Studies*, 1984, 16.1: 1-26.
- SARTORI, Giovanni. Concept misformation in comparative politics. *American political science review*, 1970, 64.4: s. 1033-1053.
- SARTORI, Giovanni. *Parties and party systems: A framework for analysis*. ECPR press, 2005.
- SCHNEIDEROVÁ, Soňa. *Analýza diskurzu a mediální text*. Charles University in Prague, Karolinum Press, 2015.
- STAVRAKAKIS, Yannis. Discourse theory in populism research: Three challenges and a dilemma. *Journal of Language and Politics*, 2017, 16.4: s. 523-534.
- STRÖMBÄCK, Jesper; VAN AELST, Peter. Why political parties adapt to the media: Exploring the fourth dimension of mediatization. *International Communication Gazette*, 2013, 75.4: s. 341-358.
- SVOBODOVÁ, Jindřiška, et al. Falešná argumentace a verbální agrese v politické komunikaci. *Bohemistyka*, 2017, 17.4: s. 317-332.
- ŠTÍCHA, František. Grepl, Miroslav; Karlík, Petr. *Skladba spisovné češtiny*. 2013.
- TAGGART, Paul A., et al. *Populism*. Open University Press, 2000.
- TARCHI, Marco, et al. Populism: Ideology, political style, mentality?. *Politologický Časopis-Czech Journal of Political Science*, 2016, 23.2: s. 95-109.
- VAN DIJK, Teun A., et al. What is political discourse analysis. *Belgian journal of linguistics*, 1997, 11.1: s. 11-52.
- VAN LEEUWEN, Maarten. Systematic stylistic analysis. *From Text to Political Positions: Text Analysis across Disciplines*. Amsterdam: John Benjamins, 2014, s. 225-244.

VOLOSHINOV, Valentin Nikolaevich; MATEJKA, Ladislav; TITUNIK, I. R. Marxism and the Philosophy of Language [by] VN Volosinov. Translated by Ladislav Matejka and IR Titunik. 1973.

VON NORDHEIM, Gerret; BOCZEK, Karin; KOPPERS, Lars. Sourcing the Sources: An analysis of the use of Twitter and Facebook as a journalistic source over 10 years in The New York Times, The Guardian, and Süddeutsche Zeitung. *Digital journalism*, 2018, 6.7: s. 807-828.

WEYLAND, Kurt. A political-strategic approach. *The Oxford handbook of populism*, 2017, s. 48-73.

WEYLAND, Kurt. Clarifying a contested concept: Populism in the study of Latin American politics. *Comparative politics*, 2001, s. 1-22.

WEISS, Gilbert; WODAK, Ruth (ed.). *Critical discourse analysis*. New York: Palgrave Macmillan, 2007.

WODAK, Ruth. *The politics of fear: What right-wing populist discourses mean*. Sage, 2015.

ZÚQUETE, Jose Pedro. Populism and religion. *The Oxford Handbook of Populism*, 2017, s. 445-466.

Online zdroje

Česká televize. Téma *Kauza stoka*. ČT24. [online] (nedatováno) [cit. 26.03.2022] Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/tema/724688-kauzastoka>

Český statistický úřad. *Průměrné spotřebitelské ceny vybraných druhů zboží*. [online] 2022. [cit. 24.03.2022] Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&skupId=1793&katalog=31779&&pvo=CEN02A41&&str=v1151#w=>

Český statistický úřad. Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 8.10. – 9.10.2021. *Přehled zisků mandátů*. [online] 2021. [cit. 01.03.2022] Dostupné z: <https://www.volby.cz/pls/ps2021/ps53?xjazyk=CZ&xv=1>

DVTV. *Posměšky a osobní útoky. Podívejte se, jak Andrej Babiš už měsíce reaguje na otázky DVTV.* [online] 27.8.2018. [cit. 25.02.2022] Dostupné z: <https://video.aktualne.cz/dvtv/posmesky-a-osobni-utoky-podivejte-se-jak-andrej-babis-uz-mes/r~bc2c4c10a95911e8b5b20cc47ab5f122/>

Hlídač státu. *Vyjádření politiků.* [online] (nedatováno). Dostupné z: <https://www.hlidacstatu.cz/data/Hledat/vyjadreni-politiku?Q=>

iRozhlas.cz. *Průzkum: Volby by nyní vyhrála koalice Pirátů a STAN před ANO. Na pěti procentech jsou ČSSD a Přísaha.* [online] 16.6.2021. [cit. 01.03.2022] Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/volby/volby-2021-poslanecka-snemovna-pruzkum-data-collect_2106162107_zuj

KOULOVÁ, Zuzana. *Babiš, vrahoun mladých? Křik na volební hit. Ale to kavárna neměla dělat.* [online] *Parlamentní listy*. 23.9.2021 [cit. 30.03.2022] Dostupné z: <https://www.parlamentnilisty.cz/arena/monitor/Babis-vrahoun-mladych-Krik-na-volebni-hit-Ale-to-kavarna-nemela-delat-677904>

KSČM, Toleranční patent. *Text dohody politického hnutí ANO 2011 a KSČM o podpoře vzniku a toleranci existence menšinové vlády hnutí ANO a ČSSD po volbách 2017.* [online] 2018. [cit. 25.02.2022] Dostupné z: <https://www.kscm.cz/cs/nase-strana/dokumenty/ke-stazeni/tolerancni-patent>

Ministerstvo zdravotnictví České republiky. *V České republice jsou první tři potvrzené případy nákazy koronavirem.* [online] 1.3.2020. [cit. 26.02.2022] Dostupné z: <https://koronavirus.mzcr.cz/v-ceske-republice-jsou-prvni-tri-potvrzene-pripady-nakazy-koronavirem/>

PERKNEROVÁ, Kateřina. *ANKETA: Kdo by měl být příštím českým premiérem? Řekněte svůj názor.* [online] *Deník.cz*. 23.9.2021. [cit.

22.03.2022] Dostupné z: <https://www.denik.cz/volby-ps-2021-obcan/anketa-kdo-bude-premierem-20210923.html>

Seznam Zprávy. *Facebook zpřísnil pravidla pro živá vysílání, reaguje tím na útoky v Christchurch.* [online] 16.5.2019. [cit. 25.02.2022] Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/facebook-zprisnil-pravidla-pro-ziva-vysilani-reaguje-tim-na-utoky-v-christchurch-72098>

Seznam Zprávy. *Nový volební zákon.* [online] 2021. [cit. 25.03.2022] Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/tag/volebni-zakon-50503>

ŠÍDLO, Jindřich. *Proč Babiš útočí jen na Piráty.* [online] *iRozhlas.cz.* 16.6.2021. [cit. 07.03.2022] Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/komentare/hnuti-ano-andrej-babis-pirati-vlada-nsemovni-volby-2021-kampan_2106161705_onz

Týdeník Reflex. *Potěmkinova D1. Babiš s Havlíčkem otevřeli "novou" dálnici, opravovat se bude dalších několik let.* [online] 2.10.2021. [cit. 28.03.2022] Dostupné z: <https://www.reflex.cz/clanek/zpravy/109506/potemkinova-d1-babis-s-havlickem-otevřeli-novou-dalnici-opravovat-se-bude-dalsich-nekolik-let.html>

Další zdroje

KUČERA, Rudolf. *Politická historie demokracie.* Ústí nad Labem: Filozofická fakulta Univerzity J. E. Purkyně, 2012. s. 144

SCHVÁLENO

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Jan Křovák	Razítko podatelny: <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd Došlo dne: - 8 -07- 2021 -1- Čj: <i>84</i> Příloh: Přiděleno: </div>
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2020	
E-mail diplomantky/diplomanta: jan.krovak@fsv.cuni.cz	
Studijní obor/forma studia: Žurnalistika/prezenční	
Název práce v češtině: Populismus jako diskurzivní strategie: analýza komunikace vybraných populistických aktérů na české politické scéně	
Název práce v angličtině: Populism as a discursive strategy: an analysis of the communication of selected populist actors in the Czech political arena	
Předpokládaný termín dokončení LS 2021/2022	
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků): Populismem se odborníci zabývají poměrně často. Obecně se ale analyzují spíše představitele nových nebo krajních hnutí a stran, málokdy se zaměřují na populismus v neutrální rovině, ačkoliv například de Vreese (2017) popisuje populismus jako neutrální komunikační styl, který mohou běžně využívat i "tradiční političtí aktéři". Autor se proto ve své práci zaměří na populismus jako diskurzivní strategii, která je víceméně neutrální, a bude analyzovat on-line politickou komunikaci vybraných politických aktérů z různých částí českého politického spektra v období posledního měsíce před konáním sněmovních voleb v říjnu 2021.	
Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků): Autor za svůj cíl považuje poukázat na populismus spíše neutrálním pohledem, právě jako víceméně běžně využívanou diskurzivní strategii (jak napovídá název práce). Na vybraném vzorku čtyř politických aktérů nastíní, jakým způsobem komunikují politici, kteří jsou za populisty běžně označováni (Andrej Babiš a Tomio Okamura), a jak komunikují politici, které bychom běžně za populisty neoznačili. Autor si vybere dva aktéry z představitelů stran, které budou kandidovat v říjnových volbách. Autor si pro analýzu vybral komunikační metody zmíněných politiků prostřednictvím Twitteru a Facebooku.	
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):	
Úvod: Autor nastíní vybrané téma, uvede, proč si ho vybral a jak bude k problematice přistupovat. Specifikuje a zdůvodní relevanci tématu a jeho vymezení, formuluje cíle práce, výzkumné otázky a nastíní strukturu práce.	
Teoretická část: Autor využije odborné literatury k popisu toho, co znamená diskurz, co je to kritická diskurzivní analýza (CDA). Věnovat se bude také klíčovými aktuálními poznatkům, které se týkají populismu a jeho významu. Autor se bude také věnovat vztahu mezi populismem a sociálními sítěmi.	
Praktická část: Autor vymezí metodologii výzkumu a vybraný vzorek (analyzované aktéry a období). Následně bude individuálně analyzovat každého vybraného aktéra zvlášť zmíněnou kritickou	

diskurzivní analýzou. Sledovat bude i kontext, postavení každého aktéra a komunikační praktiky, které odpovídají (nebo naopak neodpovídají) definici populismu, jak ji autor nastíní v teoretické části.

Shrnutí výsledků a diskuse: Autor shrne výsledky výzkumu a na jejich základě ověří platnost hypotéz z úvodu a teoretické části. S pomocí odborné literatury výsledky zasadí do kontextu.

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):
Analýza příspěvků na Facebooku a Twitteru u čtyř politických aktérů (Andrej Babiš, Tomio Okamura a dvou ze stran, které bychom a priori za populistické neoznačili) v období zhruba měsíce před volbami v říjnu 2021.

Metody (techniky) zpracování materiálu:
Autor na vybraný vzorek příspěvků na sociálních sítích bude pohlížet optikou takzvané kritické diskurzivní analýzy, jak ji popisuje Norman Fairclough a rozšiřují další autoři. CDA se věnuje analýze diskurzu v deskriptivní rovině (autor bude analyzovat slovník, strukturu atp.). Druhá rovina je takzvaně interpretativní (autor se bude věnovat kontextu, diskurzivním typům a odlišnostem mezi vybranými politickými aktéry). V třetí rovině se jedná o snahu vysvětlit souvislost mezi diskurzem a sociálním kontextem. Autor bude hledat sociální determinanty komunikace vybraných aktérů, bude se věnovat i ideologii v analyzovaném vzorku.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

Fairclough, N. (2005) "Critical discourse analysis" & Marges linguistiques 9 (2005). Práce definuje a vymezuje metodu kritické diskurzivní analýzy. Autor přenesl tradici sociální analýzy do jazykové roviny a věnuje se nejen jazykové složce jako takové, ale také vztahu diskurzu a sociálního prostředí.

Van Dijk, T. A. (2001). Discourse, ideology and context. Autor ve své práci propojuje tvorbu diskurzu, ideologie s kontextem. Jeho dílo přináší nový pohled a nástroje na analýzu vlivu ideologie na diskurz.

Wodak, R., & Meyer, M. (Eds.). (2015). Methods of critical discourse studies. Sage. Sofistikovaný a vyvážený úvod do práce s kritickou diskurzivní analýzou. Zahrnuje mezinárodní příklady a interdisciplinární přístup.

De Vreese, C. H. (2017). Political journalism in a populist age. Harvard Kennedy School, Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy, December, 11. Autor se věnuje vztahu politické žurnalistiky a populismu, nabízí řešení, jak by novináři měli přistupovat k populistickým stranám.

Van Aelst, P., Walgrave, S., & Van Aelst, P. (2017). How Political Actors Use the Media. London: Palgrave Macmillan. Množství předních odborníků na politickou komunikaci v této knize nastiňuje, jakými způsoby politici mohou využívat média a do jaké míry se to ve světě děje.

Ostiguy, P., Panizza, F., & Moffitt, B. (Eds.). (2020). Populism in Global Perspective: A Performative and Discursive Approach. Routledge. Odborníci na studium populismu připravili soubor teoretických a empirických studií, zaměřených na diskurzivní rovinu populismu. O populismu uvažují jako o fenoménu, který je nutný studovat i v souvislosti se sociokulturním kontextem.

Manucci, L. (2017). Populism and the Media. The Oxford handbook of populism, 467-488. Autor se zabývá tím, jak mohou populisté využívat média a to jak ve smyslu těch tradičních, tak i sociálních sítí.

Albertazzi, D., & McDonnell, D. (Eds.). (2007). *Twenty-first century populism: The spectre of Western European democracy*. Springer. Kniha analyzuje fenomén vzrůstající míry populismu v západních demokraciích na začátku nového tisíciletí. Sleduje, jaké podmínky umožňují populistickému diskurzu růst. Jednotlivé kapitoly napsali přední světoví odborníci.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

ČECH, Tomáš. *Populismus jako fenomén současné demokracie*. Praha, 2018. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra politologie. Vedoucí práce Brunclík, Miloš.

FRYŠOVÁ, Veronika. *Nacionalismus a populismus ve střední Evropě 20. století*. Praha, 2019. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií, Doktorský obor Sémiotika a filozofie komunikace. Vedoucí práce Hvorecký, Juraj.

KOHOUT, Stanislav. *ANO 2011 a SPD pohledem teorií populismu*. Praha, 2019. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra politologie. Vedoucí práce Charvát, Jan.

Datum / Podpis studenta/ky

27.2021

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

NEJEN, VŠE BYLO PROKONZULTOVÁNO DOPŘEDU

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

NEJEN, VŠE BYLO PROKONZULTOVÁNO V KREDITIVEM

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

JAKUB CHARVÁT

28/06/2021

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.

Příloha č.1

Text Víta Rakušana ze dne 6. října 2021

Jste už taky naštvaní? Vztekli? Zoufalí? Už taky usínáte a probouzíte se s pocitem, že tohle přeci musí skončit? Udiveně se díváte z okna a neumíte pochopit, kam se poděla ta Havlova země? Proč je tady tolik nenávisti a strachu, tolik obav a důvodů k tomu, abychom ty druhé nenáviděli? Díváte se rozespale do monitoru počítače, srkáte ranní kávu a máte pocit, že tenhle svět přeci není váš, že ho nechápete, že hledáte marně rozum? Udiveně pozorujete, jak nevzdělanost a nabubřelost hlouposti zpochybňuje vědu, stejně tak pohrdá vírou a krade naději? Vyděšeně sledujete, jak neznají slovo zodpovědnost a cynicky bagatelizují cenu ztracených lidských životů? Nechápatě přihlížíte tomu, jak nám tady vládne komunistická lůza, dědici minulého režimu, pokrytci, lháři, prospěcháři, co si tu zemi berou jen pro sebe? A spoléhají na to, že uplatí každého a ty naše podivné potřeby, touhy po opravdovosti, pravdě, duchovnu a nadhledu zadupou do země jako vajgl! Máte chuť praštit do stolu, zakřičet si, s někým si o tom všem promluvit...? Nakonec to ale neuděláte, protože jste přeci slušní lidé, rozumní, vycpaní, tolerantní, nejste agresivní, nejste ani hulváti...

Ale já mám pro vás vzkaz. Vlastně víc vzkazů. Mám to úplně stejně jako vy. Tuhle zemi mi ukradli před očima. Ukradli šťastné stáří mým rodičům, kterým na svobodě záleží. A záleží jim taky na budoucnosti jejich vnoučat. Tedy mých dětí. A přesně v tenhle moment jsem se naštvál. Moc. K neudržení moc. Prostě mým dětem, sakra, budoucnost neukradnou. Pojd'me jim ji vrátit. Rychle. Hned. Fakt není čas na otálení. Teď je přesně ten moment, kdy do toho stolu musí třísknout každý. Musíme je poslat do dějin už v pátek a v sobotu. Než bude pozdě. Komouše, estébáky, šmelináře, defraudanty, podvodníky, populisty, lháře. Musí se ozvat rána, jak po celé zemi třísknou lidé do stolu. Ta rána musí zatřást touhle zemí. A až si zchladíme bolavou ruku, tak tou druhou vyndáme volební lístek. Zbraň, které se tihle autoritáři, co se zhlédli v

Orbánovi, bojí nejvíc. Bojí se svobodné vůle. Lidskosti. Chytrosti. Civilnosti. Pravdy. A víte, co nechápou? Obyčejné, nemateriální štěstí a pocit pohody. Radost ze svobody. A právě to nám chci vrátit.

Zapomeňme na chvíli na to, co nás vždycky zabrzdí. Pochybnosti, strachy, obavy... Blbé průzkumy, nervozita, intelektuální debaty o detailech. Bartoš nebo Rakušan? Piráti jo, ale starostové? Starostové jo, ale piráti? UFFF. Nebudme sebemrskáči a bořitelé vlastních nadějí. Ten souboj je fakt jinde a jiných rozměrů. Pokud půjdeme za přítelem Viktorem do Maďarska, čeká nás konec svobodných médií veřejné služby, omezení autonomie univerzit, útlak menšin, deformace soudního systému... A tohle, přátelé, nedopustí žádný starosta ani pirát. Stejně jako další zadlužování naší země s tak obrovským potenciálem. Máme na výběr mezi dvěma koalicemi, v jejich rámci můžeme volit mnoho zajímavých jednotlivců, u kterých máme jistotu, že to myslí vážně. A poctivě.

A pak vám chci něco slíbit. Nezměním se. K lepšímu ani horšímu. Nebudu se schovávat před lidmi. Ponesu si s sebou starostenský návyk zdravit jako první. Ať už mi připadne jakákoliv role, pokusím se jí dát „skandinávskou“ civilnost. Budu dál bydlet v Kolíně, mít radost ze svých dětí a chodit s těmi kamarády do hospody, s kterými tak činím už 25 let. Nebudu vysedávat s lobbisty v zavřených restauracích, nebudu zneužívat své funkce pro jakýkoliv byznys a psát si o tom deníček. Politiku chápu jako svou práci, která mi dává skvělou možnost měnit svět okolo. Nejde o prebendy a moc samotnou. Je to zajímavá, dobře placená práce – a proto ji chci dělat tak, jak nejlíp umím, tak, aby z ní měli prospěch moji sousedi a nemusel jsem se před nimi stydět.

Budu dělat všechno pro to, aby tahle společnost byla vzdělaná. Soudržná. Spravedlivá. Aby měla slitování i s těmi, kdo neměli štěstí. Abychom přírodu a krajinu vnímali jako dar, nikoliv spotřební zboží. Aby byl tenhle stát střechou. Nebuzeroval nás, neslídil v soukromí, ale ochránil nás, když prší. Aby byl jednoduchý, snadno ovladatelný, sloužící, ne uzurpující.

Přiznám chyby. Udělám je, určitě. Ale rozhodně vám nikdy nebudu krást svobodu. Určitě se mě nikdo nebude muset bát. A dám do toho všechno.

Nebudu vám lhát. A udělám vše pro to, aby se tady žilo hezky. Normálně.
Svobodně. Bezpečně.

Pojďme už konečně všichni bouchnout do stolu. A musí to být hodně slyšet.
Pojďme volit pro budoucnost. Pojďme v naší zemi otočit list.

Nezklameme Vás!