

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

Projevy populismu u hnutí ANO

Roman Lexa

Plzeň 2020

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Studijní program Politologie

Studijní obor Politologie

Bakalářská práce

Projevy populismu u hnutí ANO

Roman Lexa

Vedoucí práce:

PhDr. Petr Krčál, Ph.D.

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2020

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval samostatně a použil jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, květen 2020

.....

Poděkování:

Rád bych zde poděkoval vedoucímu mé bakalářské práce PhDr. Petru Krčálovi, Ph.D. za odborné vedení, čas a cenné rady během psaní mé bakalářské práce.

Obsah

ÚVOD	1
1. TEORETICKÉ VYMEZENÍ POPULISMU	4
2. KONCEPTUALIZACE POPULISMU	8
2.1 LID A ELITA JAKO DVĚ HOMOGENNÍ SKUPINY	8
2.2 ANTAGONISTICKÝ VZTAH MEZI LIDEM A ELITOU	8
2.3 GLORIFIKACE LIDU JAKO MORÁLNĚ NEZKAŽENÉHO SUVERÉNA A ODSOUZENÍ ELITY	10
2.4 PROKLAMACE KRIZE	10
2.5 SHRNUÍ	11
3. POLITICKÝ SUBJEKT ANO 2011	13
3.1 PŘEDVOLEBNÍ KAMPAŇ Hnutí ANO v roce 2017	15
4. METODOLOGIE	17
4.1 VÝZKUMNÁ STRATEGIE A TVORBA DAT	17
5. PROJEVY POPULISMU V POLITICKÉ KOMUNIKACI Hnutí ANO	21
5.1 LID A ELITA JAKO DVĚ HOMOGENNÍ SKUPINY	21
5.2 ANTAGONISTICKÝ VZTAH MEZI LIDEM A ELITOU	26
5.3 GLORIFIKACE LIDU JAKO MORÁLNĚ NEZKAŽENÉHO SUVERÉNA A ODSOUZENÍ ELITY	30
5.4 PROKLAMACE KRIZE	36
5.5 SHRNUÍ	40
ZÁVĚR	43
SEZNAM ZKRATEK	46
SEZNAM PRAMENŮ A LITERATURY	47
RESUMÉ	58

ÚVOD

Volby do Poslanecké sněmovny České republiky konané 20. a 21. října 2017 jsou charakteristické zejména tím, že své poslance získalo devět politických stran, což je rekordní počet od vzniku samostatné České republiky. Druhou nejúspěšnější stranou, hned po ČSSD, bylo hnutí ANO 2011 (dále jen hnutí ANO) v čele s podnikatelem Andrejem Babišem. Tato politická strana se poprvé dostala do parlamentu v roce 2013, kde jako nový politický subjekt dosáhla v historii dolní komory parlamentu největšího zastoupení. O čtyři roky později dosáhlo hnutí ANO ve volbách ještě lepších výsledků a stalo se vítěznou stranou. Důvody, proč byla tato strana tak úspěšná, mohou být skryty v příznivé situaci na volebním trhu v roce 2013, kdy se český stranický systém vyznačoval jistou nestabilitou a nedůvěrou voličů v politické strany, jež ve stranickém systému České republiky byly déle zakořeněny. Významná je také skutečnost, že hnutí ANO vedené miliardářem Andrejem Babišem je velmi dobře finančně zabezpečené, což příznivě ovlivňuje prezentaci této strany, především díky profesionální marketingové předvolební kampani (Kubánek 2016: 320).

Hnutí ANO je řadou odborníků, ale i laickou veřejností považováno za populisticky se vyjadřující politickou stranu (Kubánek 2016: 320). V současnosti je populismus hojně užívaným pojmem v médiích a ve veřejné sféře, ovšem se silně pejorativním nádechem. Důvodem obliby užívání tohoto pojmu v prostředí široké veřejnosti je zřejmě jeho důraz na emoce a smysl pro nabízení jednoduchých řešení běžných problémů „obyčejných lidí“ (Mudde 2004: 542). Pro nás je ovšem samozřejmostí s tímto pojmem pracovat objektivně prostřednictvím odkazů na transparentní kritéria.

Hlavním cílem této bakalářské práce je zmapování prvků populismu v politické komunikaci hnutí ANO prostřednictvím analýzy politické komunikace obsažené především ve volebním programu strany, jejích východiscích a prioritách. Dále budeme čerpat zejména z předvolebních propagačních materiálů,

kteřé jsou obsaženy na různých platformách. Tyto platformy budou blíže představeny v části, jež se zabývá metodologií. Pro sběr dat bylo staveno období před parlamentními volbami v roce 2017. Jako začátek volební kampaně hnutí ANO bylo stanoveno datum 3. září 2017, kdy byl zveřejněn volební program této strany s příznačným názvem „*Ted' nebo nikdy. Ten jediný program, který potřebujete*“ (ANO, bude líp 2017a). Ačkoliv by se dalo namítat, že předvolební kampaň nemusí mít žádné hranice a může se nám jevit jako permanentní (Česká televize 2017a), pro snadnější a přehlednější práci s velkým množstvím dat bylo stanoveno výše uvedené datum zveřejnění tohoto oficiálního volebního programu strany, jenž je dostatečným argumentem pro tvrzení, že předvolební kampaň dané strany oficiálně odstartovala.

V této práci si tedy budeme klást dvě výzkumné otázky:

- Je možné u hnutí ANO sledovat využití populistických apelů v předvolební kampani v roce 2017?
- Jaký je charakter daných populistických apelů této strany?

Nicméně aby tato práce neměla charakter „*The politics of the Stammtisch*“ („hospodské diskuse“) (Mudde 2004: 542), bude nutné koncept populismu nejprve vymezit a vybrat vhodný přístup, podle něhož bude celá práce formována. To bude mít za úkol teoretická část, která bude zaměřena na vymezení tohoto pojmu a jeho konceptualizaci. Budou zde představeny tři rozdílné přístupy ke zkoumání populismu, ze kterých budou vybrána čtyři kritéria. Tato kritéria budou následně aplikována na vytvořená data v analytické části této práce.

Analytická část bude mít za úkol zjistit, zda politický subjekt hnutí ANO vykazuje prvky populismu a zdali je možné ho na základě těchto poznatků považovat za politickou stranu, jež se před parlamentními volbami v roce 2017 populisticky projevovala. K tomuto zjištění se budeme snažit dojít

prostřednictvím obsahové analýzy nasbíraných dat, která na základě aplikace kritérií získaných z teoretické části potvrdí nebo vyvrátí naše výzkumné otázky.

1. TEORETICKÉ VYMEZENÍ POPULISMU

Ke konceptu populismu přistupují odborní autoři z různých úhlů. Dosud nebyla vytvořena definice, jež by byla akademiky všeobecně uznávána. Důvodem sporů o platnost definic populismu je zejména jejich vágnost či neporozumění (Mudde 2004: 542). Stejného názoru je i významná autorka Margaret Cannovan, která populismus považuje za vágní pojem, u něhož je velmi komplikované formulovat všeobecnou teorii (Cannovan 1999: 3). Dokonce existují autoři, kteří vidí zkoumání populismu jako zbytečné a pro politologii neužitečné (Roxborough 1984: 14). Jak již bylo zmíněno, populismus je zkoumán různými přístupy, a to má za následek mnoho rozdílných koncepcí a definic. My se zaměříme pouze na tři přístupy, které v problematice zkoumání populismu dominují (Laclau 2005: 34).

První přístup představuje koncept populismu jako formy politické komunikace. Jedni z prvních teoretiků zabývajících se populismem jej popisovali na základě komunikace, kterou politické strany používaly při kontaktu s voliči (Mudde 2004: 544–545). Margaret Cannovan nebo Pierre-André Taguieff jako jedni z předních teoretiků vymezili populismus jako politický pojem, který se neváže k žádnému specifickému politickému režimu, ani neobsahuje specifický ideologický obsah. Populismus je podle Taguieffa politické jednání založené na vymezení lidu jako protikladu k elitě. Elita v tomto smyslu zastupuje v demokratickém státu mocenskou sílu, která je jasně identifikována (Taguieff 1995: 25).

Populistická rétorika se snaží o identifikaci s lidem a jasným vyslovením povinnosti mluvit jménem lidu, za jeho zájmy, vůči identifikovaným elitám, tedy soupeřům. Často se jedná o konkrétní protivníky, vůči kterým může být zaujímán až nepřátelský postoj a cíleně je podporováno napětí mezi těmito skupinami (Taguieff 1995: 25). Výrazným prvkem tohoto populistického stylu je zejména celková jednoduchost. Především se jedná o politickou komunikaci vedenou mezi politickým aktérem a „prostým lidem“, která se vyznačuje srozumitelností,

heslovitostí a nabízí jednoduchá řešení problémů (Cannovan 1999: 5). Kupříkladu Ernesto Laclau chápe populismus jako určitou artikulaci zájmů (Laclau 2005: 33). V tomto smyslu můžeme zmínit např. i slovenského autora Andreje Školkaye, který vidí koncept populismu jako silně antagonistickou rétoriku (Školkay 2000: 2).

Podle autora Kurta Weylanda je ale pojetí konceptu populismu jako způsobu komunikace příliš široké. Weyland chápe populismus jako jakousi mocenskou strategii, tedy různé způsoby a nástroje, jež lze užít k výkonu moci (Weyland 2001: 12). Hlavní myšlenkou populismu je role lidu jako celku ve společenské i politické sféře. Charakteristikou je vymezení vztahu lidu k ostatním skupinám, souhrnně nazývaným elita, které oklamávají lid a jednají proti jeho zájmům. Mocenská strategie tedy podporuje nahrazení elity lidem a vrácení moci do jeho rukou s právem na poslední slovo. V politické sféře se může jednat i o podporu přímé demokracie (Mudde 2001: 37).

Populismus se snaží zavrhnout liberální prvky demokracie, tudíž je podle myšlenek populismu odmítnut také hlavní lídr hnutí, aby lid působil zcela jako homogenní jednotka bez suverenity. Ve skutečnosti hlavní politický lídr opírá svou moc o široké masy lidí a tím tak nepotřebuje podporu státních a jiných institucí. Ze strany lídra se tak jedná o čistě pragmaticky až oportunisticky pojatou strategii. Koncept populismu jako mocenské strategie byl aplikován kupříkladu na výzkum populismu v Jižní Americe, na základě tamních nedemokratických režimů (Stanley 2008: 105; Mudde – Kaltwasser 2011: 5–7).

Třetí přístup pracuje s konceptem populismu jako formou ideologie. K autorům, kteří uznávají populismus jako určitou formu ideologie, patří například Daniele Albertazzi a Duncan McDonnell (Albertazzi – McDonnell 2008: *passim*). Podle Michaela Freedena se o konceptu populismu nedá hovořit jako o plnohodnotné ideologii, ale spíše jako o tzv. „*thin-centered*“ ideologii (úzce zacílené ideologii). Freedom ve své práci zkoumal nacionalismus jako plnohodnotnou ideologii, ovšem došel k závěru, že nacionalismus toto kritérium

nesplňuje a řadí se spíše do již zmíněné „*thin-centered*“ ideologie (Freeden 1998: 750–751). V návaznosti na jeho práci reaguje i autor Cas Mudde, který tvrdí, že populismus může být jakýmsi doplňkem různých ideologií, jako je například komunismus. Dále je toho názoru, že existuje značná podobnost mezi populismem a nacionalismem (Mudde 2004: 544)¹.

Cas Mudde je jeden z hlavních zastánců konceptu populismu jako formy ideologie. Podle něho je populismus ideologie, jež má za následek rozdělení společnosti na dvě homogenní vzájemně zneprátené skupiny, kde na jedné straně břehu stojí „morálně neposkvrněný a poctivý lid“ a na druhé straně „zkažená elita“. Hlavní podstatou této ideologie je názor, že politika by měla být projevem vůle lidu (Mudde 2019a). Součástí této ideologie je taktéž moralismus, klíčový prvek populistů. Právě důraz na moralismus definuje rozdíl mezi lidem a elitou (Mudde 2019b).

Pojem „lid“ je fundamentem populismu a dá se říct, že s touto skutečností souhlasí většina autorů. Koncepce svrchovanosti lidu je podle Bena Stanleyho nejdůležitější a možná jediný hodnotový koncept všech populistů (Stanley 2008: 102). Antagonismus mezi lidem a elitou se vyznačuje především protestní rétorikou a elity jsou v očích populistů znázorňovány jako zkažené entity, jež hájí pouze své vlastní zájmy a žijí spíše z politiky než pro politiku (Cannovan 2002: 32). Tyto elity jsou také často prostřednictvím proklamace krize populisty označovány jako strůjci problémů, které mají nepříznivý vliv na společnost (Rooduijn 2014: 593–594).

Nutno dodat, že pojetí konceptu populismu jako „*thin-centered*“ ideologie je v aplikaci na strategii či populistické myšlení jakékoli politické strany vcelku bezvýznamné, není-li provedena analýza dané politické strany a především její politické komunikace. Samotná definice populismu jako „*thin-centered*“ ideologie v sobě ovšem zahrnuje i prvky politického stylu a komunikačních i

¹ Příkladem může být rakouská politická strana FPÖ pod vedením Jörga Heidera. Tento politický subjekt se začal prezentovat jako strana chránící zájmy lidu proti elitářským stranám a podporoval pravicový nacionalismus (Heinisch 2008: 79–81).

mocenských strategií. Tyto prvky se vzájemně doplňují, a v důsledku toho vytvářejí populistickou ideologii (Pauwels 2011: 98–100).

Koncept populismu jako „*thin-centered*“ ideologie je stěžejním nástinem ze kterého bude tato práce vycházet, jelikož předchozí dva přístupy jsou pro tuto práci nedostatečné. Důležitým úkolem je analyzovat jádro populismu, abychom získali základní charakteristické znaky a mohli je aplikovat na vytvořená data v analytické části této práce, a tím si zodpovědět výzkumné otázky, které jsme si na začátku práce položili (Panizza 2005: 1–2). Jak již bylo řečeno, přístupů k výzkumu populismu je mnoho a jsou odlišné. Ovšem ti, kdo zastávají „*thin-centered*“ ideologii tvrdí, že lze mezi těmito odlišnými přístupy najít společné prvky. Z předchozích odstavců můžeme vybrat první tři body populistických prvků, jež jsou podle Francisca Panizzi obsaženy v analytickém jádru populismu a na nichž panuje široká shoda mezi autory (Panizza 2005: 2–3). Na tyto tři elementy dále navazuje Stanley, který nejen potvrzuje důležitost důrazu populistů na lid, ale také tvrdí, že lid je populisty doslova glorifikován a elity jsou naopak odsuzovány (Stanley 2008: 102). Posledním bodem je Rooduijnova proklamace krize, jež je většinou zapříčiněna elitou (Rooduijn 2014: 576).

2. KONCEPTUALIZACE POPULISMU

2.1 Lid a elita jako dvě homogenní skupiny

Jak již bylo předtím zmíněno, lid je základní stavební jednotkou populismu a tato skutečnost je potvrzena širokým konsensem na akademické půdě (Stanley 2008: 96). Podle mnoha autorů je „lid“ vágním pojmem, který v argumentaci populistů nemíří na žádnou konkrétní skupinu lidí (Mudde 2004: 545) a může být definován různě v závislosti na daném kontextu (Rooduijn a kol. 2012: 2–3). Stejně tak elita je definována vzhledem k daným souvislostem.

Lid a elita se dělí do dvou homogenních celků, které jsou mezi sebou v antagonistickém postavení. Z toho logicky vyplývá, že neopomenutelným znakem populistů je odmítání heterogenity. To znamená, že odmítají rozdělovat lid do skupin, například podle majetku nebo vzdělání, etnického původu či náboženské konfese (Lowndes 2005: 148).² Populisté stojí na straně lidu a odsuzují elitu. V tomto případě vypadá populismus jako boj lidu proti elitám (Mudde 2019a). Lid tak propůjčuje populismu početní převahu vůči elitám a zároveň v sobě skrývá velké množství potencionálních voličů dané populistické politické strany či aktéra (Taggart 2000: 92).

2.2 Antagonistický vztah mezi lidem a elitou

Populisté rozdělují lid a elitu na dva zneprátelené tábory: „my“ = lid versus „oni“ = elita (Cannovan 1999: 5). Tento antagonistický vztah mezi těmito skupinami může v ojedinělých případech přerůst i v konflikt (Stanley 2008: 103). Nejen lid, ale i antagonismus sám je klíčovým prostředkem populistů. Jednoduše řečeno se jedná o zneprátelený vztah mezi elitami, jež mají moc, a lidem, který moc nemá (Panizza 2005: 4–28).

Populisté se tedy snaží navodit jistou sounáležitost s lidem, která slouží k snadnějšímu boji proti elitám (Deiwiks 2009: 3). Kritikou elit ze strany populistů

² Nutno dodat, že tato skutečnost je podřízena kontextu dané země (Rooduijn a kol. 2012: 2–3) a dalším podmínkám. V reakci na tuto skutečnost se lze na populismus dívat optikou kulturního relativismu (Floyd 2016: 155).

se zabývá například autor Andreas Schedler. Podle něho populisté nejvíce poukazují na nekompetentní přístup elit a celkového selhávání establishmentu. Dále jsou elity kritizovány za jejich morální dekadenci, korupci a upřednostňování pouze vlastních partikulárních zájmů. Elity jsou tedy jakási skupina herců, kteří hrají na lidi lživé divadlo, ale v zákulisí se chovají zcela odlišně (Schedler 1996: 296).

Populistické strany jsou v politice často pojímány jako antiestablishmentoví aktéři³⁴. Touto problematikou se zabývá již zmiňovaný Andreas Schedler, který tento fenomén popsal ve svém díle *Anti-Political-Establishment Parties*. „*Anti-Political-Establishment*“ (AEP) vnímá politiku jako trojúhelník. V tomto trojúhelníku jsou na jeho vrcholu politické strany a na dolních koncích se nachází lid a AEP. Politici na nejvyšším vrcholu trojúhelníku jsou právě ta škodlivá elita, lid je v roli oběti a AEP se prezentuje jako spasitel lidu. Nutno říct, že AEP odmítají politiku jako takovou a chtějí ji nahradit jinými instrumenty. Ovšem populisté jsou umírněnější, neodmítají politický systém ani politiku, pouze kritizují elity a snaží se je sami nahradit (Schedler 1996: 292–293).

S pohledem do historie můžeme vysledovat, že antagonistický vztah mezi elitou a lidem není nic nového. Kupříkladu tzv. agrární populismus, jehož počátky můžeme nalézt již na konci 19. století ve Spojených státech amerických a v Rusku. V prvním případě se jednalo o dvě odlišné skupiny, kde na jedné straně stáli obhájci zájmů amerických zemědělců vůči kapitalistické elitě (Mudde 2001: 35). Druhý případ pojednával o jakémsi kulturním hnutí v tehdejšímu carskému Rusku tzv. „*Narodnici*“. Tyto socialistické skupiny vedli ruští intelektuálové a šířili politickou propagandu mezi rolníky, protože Rusko bylo především zemědělskou oblastí a rolníci tak reprezentovali většinu lidí

³Stijn van Kessel uvádí, že v postkomunistických zemích, mezi něž patří i ČR, je často složité od sebe rozlišit skutečný establishment a populistu, který jej odsuzuje (van Kessel 2014: 111).

⁴ Populistická strana nemusí být striktně stranou antiestablishmentovou či nějakým politickým začátečníkem. Podle Case Mudda využívala tzv. mainstreamový populismus i strana New Labour pod vedením Tonyho Blaira (Mudde 2004: 551).

(Luebering 2020). Obě tyto skupiny spojoval kritický postoj vůči centralismu a elitám, pocházejícím zejména z měšťanského prostředí. Zjednodušeně řečeno se jednalo o klasický souboj „město“ versus „venkov“ (Mudde 2001: 35)⁵.

2.3 Glorifikace lidu jako morálně nezkaženého suveréna a odsouzení elity

Lid je podle populistů chápán jako morální suverén, který by měl být hlavním držitelem moci, neboť elity k tomu nemají legitimitu. Elita je naopak chápána jako zkažená entita, jež nedokáže naslouchat zájmům lidu (Rooduijn 2014: 573–574). Vůle lidu je hodnotnější a důležitější než vůle elit. V očích populistů je lid na rozdíl od elity vnímán jako jediný suverénní držitel všech mravních hodnot. Lid je také v rétorice populistů nositelem důvěryhodnosti. To znamená, že čím větší část lidu dojde ke konsenzu ohledně nějakého návrhu, tím se bude daný návrh jevit jako důvěryhodnější. Stanley tento stav nazval jako koncept „většinovosti“ (Stanley 2008: 104–105). V této souvislosti populisté odkazují na neodcizitelnou vůli lidu, která se může projevat i ve formě referenda (Abts – Rummens 2007: 408). Populismus tedy může využívat prvky přímé demokracie, aby tak zdůraznil lid jako suveréna (Mudde 2001: 37).

2.4 Proklamace krize

Populistická rétorika je často spjata s proklamací krize. Taková krize může mít mnoho podob, od krize politické, ekonomické až po krizi společenskou (Rooduijn 2014: 576). Podle populistů jsou viníky této krize elity ve formě politických institucí, které nejsou schopny kvůli své nekompetentnosti a zkaženosti zvládat svou práci. V takovém případě se mohou objevit populistické subjekty, jež mají schopnost přesvědčit lid o tom, že jsou jedinými nositeli nastolení nějakého stabilního řádu (Panizza 2005: 9). Politická krize zapříčiňuje ztrátu důvěry lidu v politické instituce a celkově v politiku samotnou, protože

⁵ Dalším příkladem antagonistického vztahu dvou skupin z období konce 19. století je např. německé mládežnické hnutí *Jugendbewegung*. Tato skupina viděla německý venkovský lid jako ten pravý a čistý. Tento ideální typ byl stavěn do kontrastu k nečistému měšťáckému životu, jenž byl veden zkorumpovanou starší generací (El-Mafaalani 2018: 146–148).

zdiskreditovaná vláda nedokáže plnit svou úlohu, a to může způsobit další krize. Takováto situace se potom stává zdrojem populistů, což lze v demokraciích považovat za častý jev (Canovan 1999: 12–13). Ovšem ne každá krize je důvodem úspěšné mobilizace populistických stran (Panizza 2005: 14). Populisté se snaží vystupovat jako ochránci lidu a k tomu jim dopomáhá jejich rétorika, která často proklamuje krizi a snaží se lidu vštípit pocit nebezpečí, které je ve většině případů alespoň z části zapříčiněno elitami. Pravdou ovšem je, že nezáleží na tom, zda tvrzení populistů o tom, že je lid v ohrožení je pravdivé nebo ne, důležité je, aby tomu lidé uvěřili (Rooduijn 2014: 576–577).

Typickým historickým příkladem populismu s rétorikou, jež proklamuje krizi, jsou státy Latinské Ameriky v období od 30. do 50. let 20. století. Různí autoři zde popisovali populistické chování vůdčích politických aktérů s cílem vyvolat očekávání zlepšení ekonomické situace a sociální politiky v těchto zemích, zejména v reakci na ekonomické krize. Je nutné mít ovšem na paměti, že se jednalo o populistickou rétoriku charizmatických vůdců v nedemokratických režimech jako byl např. autoritativní režim Juana Dominga Peróna v Argentině nebo režim Getulia Vargase v Brazílii (Mudde – Kaltwasser 2011: 4–31).

2.5 Shrnutí

Teoretická část nám napomohla zorientovat se v problematice konceptu populismu. Byly zde představeny tři hlavní přístupy studia tohoto konceptu. Na základě této deskripce došlo k výběru a následné charakterizaci čtyř kritérií, s nimiž budeme nadále pracovat v analytické části této práce. Bylo zjištěno, že na základě širokého konsenzu různých autorů na „*thin-centered*“ ideologii budeme pracovat primárně s konkrétními třemi kritérii vycházejícími z této teorie a jedním kritériem pocházejícím od autora Matthijse Rooduijna (Rooduijn 2014: 593–594).

Kritéria, jež budou stěžejní pro identifikaci populistických projevů v předvolební kampani hnutí ANO, jsou následující:

1. Existence dvou homogenních skupin – lid a elita

2. Antagonistický vztah mezi lidem a elitou
3. Glorifikace lidu jako morálně nezkaženého suveréna na jedné straně a odsouzení elity jako zkorumpované a morálně zkažené entity
4. Proklamace krize

3. POLITICKÝ SUBJEKT ANO 2011

Hnutí ANO 2011 bylo založeno v listopadu roku 2011, tehdy jako občanské sdružení s názvem Akce nespokojených občanů. Za jeho hlavní start můžeme považovat vystoupení Andreje Babiše v Show Jana Krause, kde se Babiš prezentoval jako bojovník za vymahatelnost práva a kritik korupce, klientelismu, nekompetentnosti politiků či zneužívání státních firem (ANO, bude líp 2020a)

Oficiálně bylo hnutí registrováno na Ministerstvu vnitra České republiky až 11. května 2012 (Ministerstvo vnitra České republiky 2020). Ovšem již před tím bylo možno sledovat sérii vystoupení pozdějšího lídra strany Andreje Babiše v českých médiích. Jeho vystoupení byla charakteristická kritikou tehdejší české politiky (Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky 2020). V kontextu s touto skutečností byl hnutím ANO vydán oficiální manifest s názvem „*Výzva ANO*“, v němž Babiš vyjadřuje svou kritiku vůči tehdejším parlamentním stranám a politickým představitelům (ANO, bude líp 2020b).

Obecně lze říct, že hlavními cíli hnutí ANO je především prosazení fungujícího státu a boj s korupcí (ANO, bude líp 2017a). A právě toto téma bylo stěžejní pro předvolební kampaň v roce 2013 i pro vstup nových členů do tohoto hnutí (Kubánek 2016: 330)⁶. Zejména téma korupce bylo v předvolební kampani hnutí ANO v roce 2013 jedním z hlavních témat, jelikož vrcholil skandál kolem Jany Nagyové, ředitelky kabinetu tehdejšího předsedy vlády Petra Nečase, týkající se korupce a zneužití funkce. Ovšem již před Nečasovou vládou zde byla například druhá vláda Mirka Topolánka⁷, za níž docházelo k předražování veřejných zakázek a různým netransparentním stykům s lobbistickými strukturami. V neposlední řadě můžeme zmínit i vlády Jiřího Paroubka či

⁶ První pokus hnutí ANO získat volené funkce byl uskutečněn v roce 2012 ve volbách do Senátu Parlamentu České republiky, ovšem ani jeden ze sedmi kandidátů v získání mandátu nebyl úspěšný (Český statistický úřad 2018).

⁷ V roce 2009 byla druhá vláda Mirka Topolánka v historii ČR první vládou, u které prošel návrh na vyslovení nedůvěry vládě. V té době navíc Česká republika předsedala Evropské unii, takže kvůli této situaci ztratilo její předsednictví v Bruselu autoritu (Český rozhlas 2017b).

Stanislava Grosse.⁸ Ve všech těchto případech bylo možné vysledovat zneužití politické moci. Celá řada různých politických kauz za těchto i jiných vlád vedla k tomu, že voliči začali být politikou znechuceni. Lze tedy tvrdit, že podoba předvolební kampaně a následná úspěšnost ve volbách v roce 2013 se částečně skládala z permanentního poukazování na neúspěchy předchozích vlád a konkrétních politiků (Soukeníková – Vích 2019). S touto společenskou situací v České republice výborně rezonoval slogan hnutí ANO, „*Ano, bude líp*“⁹, který údajně vymyslel lídr předvolební kampaně Petr Topinka (Newton Media 2019).

V souvislosti s vládní krizí, kdy bylo po zásahu policie zatčeno a vyšetřováno několik členů Úřadu vlády, došlo na popud opozičních stran k rozpuštění poslanecké sněmovny a vyhlášení předčasných voleb, které se konaly 25. a 26. října 2013 (Aktuálně.cz 2013). Volby vyhrálo hnutí ANO s výsledkem 18,65 % hlasů při 59,48 % volební účasti (Český statistický úřad 2017a)¹⁰. Po nelehkém vyjednávání o vládě byla oficiálně od 29. ledna 2014 vytvořena koalice hnutí ANO s KDU-ČSL a vítěznou ČSSD včele s premiérem Bohuslavem Sobotkou. Místopředsedou vlády a ministrem financí se stal lídr hnutí ANO Andrej Babiš. Celkově získalo hnutí ANO posty na šesti ministerstvech. Tato vláda trvala od 29. ledna 2013 do 13. prosince 2017, tedy do podání demise předsedou vlády Bohuslavem Sobotkou (Vláda České republiky 2020).

⁸ Jiří Paroubek se stal předsedou vlády po demisi tehdejšího premiéra Stanislava Grosse, který odstoupil kvůli nejasným majetkovým poměrům své rodiny (iDNES.cz 2005). Čtrnáctiměsíční vládu Jiřího Paroubka doprovázely dvě hlavní kauzy, a to kauza ohledně privatizace společnosti Unipetrol a aféra kolem tzv. Kubiceho zprávy. Tato zpráva upozorňovala na jistý průnik organizovaného zločinu do státní správy a do jeho vyšetřování měl tehdejší předseda vlády Jiří Paroubek údajně zasahovat (Krajské listy 2017).

⁹ Ačkoli nám může připadat, že tento slogan nevyovídá o ničem konkrétním, skrývá v sobě určité krédo a sebenaplňující proroctví zároveň. V červnu 2019 Andrej Babiš oznámil, že jeho proroctví se již naplnilo a tento fakt je dokonce ověřen výzkumem Sociologického ústavu Akademie věd ČR. „*Ano, už JE líp. Tak, jak jsme slibovali, že ANO, BUDE LÍP, tak už JE LÍP. Máme to na papíře,*“, takto se Babiš vyjádřil na svém facebookovém profilu (Newton Media 2019).

¹⁰ Po volbách v roce 2013 bylo hnutí ANO úspěšné i ve volbách do Evropského parlamentu, které se konaly v roce 2014. V těchto volbách hnutí ANO získalo s výsledkem 16,13 % hlasů 4 z 21 mandátů (Český statistický úřad 2014).

3.1 Předvolební kampaň hnutí ANO v roce 2017

Volby do poslanecké sněmovny se konaly 20. a 21. října 2017. Do těchto voleb vstupovalo hnutí ANO již jako zkušený politický aktér, politicky zasvěcený svou účastí na vládě v koalici s vítěznou stranou ČSSD a KDU-ČSL (Vláda České republiky 2020). To znamená, že hnutí ANO vstupovalo do těchto voleb ze zcela jiné pozice, než tomu bylo před volbami v roce 2013, kdy nedisponovalo žádnou výraznou politickou zkušeností. Díky úspěšnosti ve volbách do Evropského parlamentu v roce 2014 a volbách krajských v roce 2016, se už jistě nedalo o hnutí ANO hovořit jako o politickém outsiderovi.

Ve volební kampani hnutí ANO se jistě pozitivně vyjímal i odkaz na práci koaliční vlády a její úspěchy. Mezi ty významné patřilo například zavedení elektronické evidence tržeb (EET), protikuřácký zákon, zrušení druhého důchodového pilíře nebo zavedení registru smluv (Český rozhlas 2017a). Nesmíme ovšem opomenout i významné mezníky ve sporech uvnitř koalice. Jednalo se zejména o neshody předsedy hnutí ANO Andreje Babiše s tehdejší předsedou vlády a ČSSD Bohuslavem Sobotkou. Známým mezistranickým sporem je například novela zákona o střetu zájmů, tzv. „*lex Babiš*“ (iDNES.cz 2017a). Ovšem za nejvýznamnější spor mezi lídry ANO a ČSSD, potažmo i mezi samotnými stranami, lze považovat odvolání Andreje Babiše z pozice místopředsedy vlády a ministra financí kvůli podvodům s dluhopisy, které měl Andrej Babiš údajně nakoupit od své vlastní firmy Agrofert, a tím se záměrně vyhnout placení daní (iDNES.cz 2017b). Celá tato kauza vedla až k demisi vlády, která byla později stažena zpět, takže došlo pouze k odvolání Andreje Babiše z jeho funkcí (Česká televize 2017b). Další kauzou, jež rezonuje veřejností dodnes, byla padesátimilionová eurodotace resortu Čapí hnízdo. V této kauze poslanci rozhodovali o vydání Andreje Babiše a Jaroslava Faltýnka k trestnímu stíhání (Česká televize 2017c). Zřejmě posledním významným tématem, které ovlivnilo veřejné mínění a předvolební kampaň téměř všech kandidujících stran, byl spor o těžbu lithia na Cínovci v severních Čechách, kdy mělo být podepsáno

memorandum o těžbě této suroviny s australskou firmou EHM. I tato kauza se vyznačovala vnitrokoaličním bojem mezi lídry ČSSD a ANO. „*Je to naprosto skandální, co tady ČSSD dva týdny před volbami předvádí. Vypadá to, že chtějí ještě rychle shrábnout peníze do stranické kasy, mají velké dluhy. Lithium má těžít státní podnik Diamo, ne opět soukromá firma, kterou neznáme,*“ (Brešťan 2018). Takto se ke kauze vyjádřil lídr hnutí ANO Andrej Babiš. Je pochopitelné říct, že tato událost byla před volbami velmi diskutovaným tématem, kvůli kterému byla svolána i mimořádná schůze poslanců, a to pouze pár dnů před samotnými volbami (iDNES.cz 2017c).

4. METODOLOGIE

4.1 Výzkumná strategie a tvorba dat

Hlavní podstata naší výzkumné strategie bude založena na kvalitativní obsahové analýze politické komunikace hnutí ANO¹¹, pomocí níž se budeme snažit identifikovat populistické projevy, které na základě našich předpokladů, ve své volební kampani strana využívala. Obsahovou analýzu lze definovat jako rozbor obsahu určité komunikace či různých textů. Pomocí této analýzy můžeme definovat předmět našeho výzkumu. Dále nám napomáhá k vymezení pole našeho zkoumání a časové osy, ze které budeme zkoumaná data ve formě textů vybírat (Scherer 2004: 34–49). Pro přesnější interpretaci sesbíraných textů budeme postupovat podle hermeneutické metody, díky níž bude možné těmto textům hlouběji porozumět. Tato metoda nám tedy lépe osvětlí význam zkoumaných sdělení vzhledem ke kontextu, ve kterém se tato sdělení vyskytují (Kronick 1997: 59).

Předmětem našeho výzkumu je detekce populistických projevů u hnutí ANO 2011 v období před volbami do Poslanecké sněmovny České republiky, které se konaly 20. a 21. října 2017. Vzhledem k tomu, že nelze jednoznačně určit, kdy volební kampaň ze strany hnutí ANO začala, bylo stanoveno datum 3. září 2017. Právě v tento den hnutí ANO oficiálně zveřejnilo svůj volební program (ANO, bude líp 2017a), který můžeme považovat za nejdůležitější soubor stanov a východisek, které daná strana obhájí (Rooduijn – Pauwels 2011: 1274). Pro sběr dat je tedy stanoveno období od 3. září 2017, kdy byl oficiálně vydán program strany, do 20. října 2017, tedy prvního dne konání voleb.

Jednotlivá data budeme čerpat z volebního programu strany, který jak již bylo řečeno obsahuje komplexní nabídku toho, co strana hájí. Jako další zdroj dat nám poslouží facebookový profil lídra hnutí ANO, Andreje Babiše. Lid je

¹¹ Politická komunikace hnutí ANO a jeho lídra Andreje Babiše bude v této práci pojímána jako jednotná. Nebudeme tedy dělat rozdíl mezi politickou komunikací Andreje Babiše a hnutím ANO, budou tedy brány jako jeden celek.

základní stavební složkou populistických apelů (Stanley 2008: 96). Sociální síť Facebook v ČR využívá více než 5,7 milionů lidí (Michl 2019), což z něho činí vhodné médium pro politickou agitaci. Tuto skutečnost si jistě uvědomoval i Andrej Babiš, protože jeho aktivita na Facebooku ve volební kampani patřila v roce 2017 k nejaktivnějším (Transparency International 2018). Sociální sítě jsou v současné době velmi rozšířené i mezi jednotlivými politiky. Ti tak mohou před svými potencionálními voliči prezentovat své názory, zájmy nebo svůj osobní či rodinný život, a právě touto prezentací se tak mohou více přiblížit veřejnosti (Macková 2017: 32).

Dále budou data čerpána z knihy Andreje Babiše, která nese název *O čem sním, když náhodou spím*¹². V své knize Andrej Babiš líčí svou vizi pro Českou republiku. V knize je také například obsažena kritika předchozích vlád ČR či kritický postoj k Evropské unii nebo návrhy na řešení současných problémů naší společnosti. Nutno říct, že tato kniha vyvolala značnou ohledně nepravdivých faktů, o které Andrej Babiš opírá své vize. Kniha se dá do jisté míry považovat za jakýsi druh volebního programu, protože obsahuje celou řadu myšlenek i výroků, které jsou velmi podobné těm z volebního programu hnutí ANO (Český rozhlas 2017c). Je tedy na místě považovat tento materiál za vhodný zdroj dat pro naši analýzu, přestože ho nelze jednoznačně zařadit do oficiálního volebního dokumentu.

Úkolem této práce je identifikovat projevy populismu v politické komunikaci hnutí ANO, nikoli však zjistit, zda se jedná o populistický politický subjekt. Zjistit, zda je nějaká strana populistická, je velice složité. Některé politické subjekty pouze budí zdání, že jsou populistické. Příčinou tohoto mylného úsudku může být kupříkladu populistický apel lídra politické strany

¹²Tuto knihu rozdával lidem lídr hnutí ANO jako volební materiál. Tímto krokem se ale dostal do konfliktu se zákonem, protože v prvním vydání této knihy chyběly informace o zadavateli a zpracovateli, čímž došlo k porušení pravidel volební kampaně. Na základě této skutečnosti byla hnutí ANO Úřadem pro dohled nad hospodařením politických stran a politických hnutí uložena pokuta (Česká televize 2017e).

nebo zvýšená frekvence populistických apelů v určitém období, třeba před volbami (van Kessel 2014: 110).

Pro určení populistických projevů u hnutí ANO budeme v politické komunikaci této strany hledat populistické znaky, které jsme si určili v rámci jednotlivých kritérií. První znak populismu, který se budeme snažit v politické komunikaci hnutí ANO identifikovat, je pojetí lidu a elity jako dvou homogenních skupin. Na základě tohoto kritéria nás bude především zajímat, zdali strana ve své politické komunikaci rozděluje lid a elitu na dva homogenní celky. Ačkoliv je „lid“ podle mnoha autorů vágním pojmem (Mudde 2004: 545), je nezbytné ho v souvislosti se záměrem této práce blíže specifikovat. Vzhledem k tomu, že se snažíme identifikovat populistické projevy hnutí ANO v blízkém období před parlamentními volbami, je možné nahlížet na „lid“ jako na potencionálního voliče, jelikož populistická taktika staví na množství odevzdaných hlasů, respektive se opírá o podporu svých sympatizantů (Stanley 2008: 105). Na druhé straně je možno nahlížet na „elitu“ jako na politické strany a politiky, kteří jsou v postavení volebního soka vůči hnutí ANO. Další otázkou ovšem je, zdali hnutí ANO pojímá lid jako jednotný celek a nesnaží se ho dále rozdělovat podle jeho nejrůznějších charakteristik (Lowndes 2005: 148). Vzhledem k obsahu vytvořených dat v analytické části je zřejmá i existence jiných subjektů, které jsou součástí těchto dvou homogenních skupin a které budou dále blíže specifikovány.

Druhým znakem populismu, s nímž budeme operovat v souvislosti s prokázáním populistických projevů hnutí ANO, je antagonistický vztah mezi lidem a elitou. Nejen lid, ale i antagonismus je důležitým prostředkem populistické rétoriky (Panizza 2005: 6). Je tedy nezbytné si položit otázku, zdali hnutí ANO staví lid do opozice vůči elitě a zdali je patrný střet zájmů těchto dvou skupin.

Třetím znakem je glorifikace lidu jako morálně nezkaženého suveréna a odsouzení elity. Právě důraz na morální čistotu lidu je v očích populistů hlavním

znakem, jenž indikuje hlavní rozdíl mezi lidem a elitou (Mudde 2019b). Morálnost lidu je možno odvodit i z antagonistického vztahu dvou skupin, kde lid figuruje jako oběť sobeckého vládnutí elit, čehož využívají populisté, kteří se obratně stavějí do role spasitele lidu (Schedler 1996: 292–293). Za předpokladu, že je lid optikou populistů nositelem morální čistoty, je nasnadě si položit otázku, zdali ho takto vidí i hnutí ANO, a tím pádem glorifikuje jeho ústřední postavení. S tím souvisí i postavení lidu jako suveréna. Lid je jediným nositelem důvěryhodnosti a jeho vůle je neporušitelná (Stanley 2008: 104–105). Pojímá takto hnutí ANO ve své rétorice lid? Apeluje tato strana na to, aby přešla politická moc do rukou lidu? A mají kolektivní zájmy lidu přednost před zájmy elit? V opačném případě se zde nabízí otázka, zdali hnutí ANO dostatečně kritizuje zájmy elit, které elita staví nad zájmy lidu a v důsledku toho se tak nedokáže vcítit do jeho potřeb.

Posledním znakem je proklamace krize, kterou populistické subjekty často využívají, aby u lidí navodili pocit strachu, ale zároveň mu nabídli řešení, jak se z dané situace dostat. Je to i jedinečná možnost, jak za vzniklou krizi odsoudit elity a zároveň pozitivně zapůsobit na lid, prostřednictvím podání pomyslné pomocné ruky (Rooduijn 2014: 576–577). Poslední otázkou tedy je, zdali hnutí ANO ve své politické komunikaci prohlašuje, že se občané nacházejí v krizi, a zda vznáší apel na to, že je nezbytné proti této krizi společně bojovat.

5. PROJEVY POPULISMU V POLITICKÉ KOMUNIKACI HNUTÍ ANO

5.1 Lid a elita jako dvě homogenní skupiny

Základním znakem populistů je především apel na lid, tedy blízký pozitivní vztah k občanům („obyčejným lidem“) a odsouzení elit (Canovan 2002: 34). Hlavní podstatou tohoto kritéria je jasné vymezení dvou homogenních skupin na lid a elitu. Politická strana, která využívá populistickou rétoriku, pojímá lid jako jeden celek se společnými zájmy (Lowndes 2005: 148). Z politické komunikace hnutí ANO se pokusíme toto kritérium identifikovat i přes to, že nemusí být na první pohled rozpoznatelné.

Facebookový profil Andreje Babiše

Z příspěvku, jenž byl zveřejněn na facebookovém profilu Andreje Babiše, lze poměrně jednoduše specifikovat obsah dvou homogenních skupin, na které prostřednictvím své rétoriky Andrej Babiš, potažmo hnutí ANO, apeluje. Je zde tedy možné vysledovat jednotlivé subjekty, které můžeme pojímat jako elitu a lid. Z tohoto „přehledu“, který byl Andrejem Babišem vytvořen, si můžeme udělat obecnou představu o tom, kdo je lid a kdo elita, a snáze tak pochopit, pro koho jsou dané apely rámovány. Hlavní součástí populistické rétoriky je zejména koncepce svrchovanosti lidu, na který Andrej Babiš v tomto příspěvku apeluje (Stanley 2008: 102). V souvislosti s touto skutečností je dalším neopomenutelným znakem populistů odmítání dělit lid do dalších skupin (Lowndes 2005: 148). V tomto příspěvku je tedy patrné, že lídr hnutí ANO se staví do pozice zachránce lidu a pojímá lid jako homogenní skupinu, do níž zahrnuje různé skupiny lidí, které se snaží sjednotit (Schedler 1996: 292–2013).

„Proto říkám, že je to první a poslední pokus. První a poslední pokus začít řídit naši zemi ne ve prospěch kmotrů a jejich kámošů, PR agentur, politických nevládek a zabetonovaných politiků, ale řídit naši zemi ve prospěch lidí: našich učitelů, zdravotníků, záchranářů, zaměstnanců, podnikatelů, živnostníků, seniorů, rodin a hlavně našich dětí. O ně tady jde. Proto říkám, že to je poslední pokus. Žádný další nebude.“ (Babiš 2017c)

Jak již bylo zmíněno, kauza okolo financování resortu Čapí hnízdo byla před volbami v roce 2017 velmi diskutovaným tématem. Andrej Babiš obvinění z dotačního podvodu ovšem odmítl a celou tuto kauzu označil jako cílenou kampaň, která byla vytvořena na míru lživými médii a „tradičními“ politiky (Česká televize 2017d). Andrej Babiš se vyjádřil ke kauze Čapí hnízdo na svém facebookovém profilu, prostřednictvím videa. Svou řečí se snažil voliče přesvědčit, že kauza okolo Čapího hnízda je jen účelová a lživá kampaň, skrze niž se „tradiční“ politici (elita) snaží Andreje Babiše a hnutí ANO před volbami pouze poškodit.

Z výroku je patrný pokus Andreje Babiše o distancování se od zkažených elit, prostřednictvím inkluze všech občanů (děti, rodiny, důchodci), pro které bylo podle slov Andreje Babiše Čapí hnízdo v podstatě vybudováno. Andrej Babiš zde pojímá lid jako homogenní celek, jelikož tvrdí, že Čapí hnízdo není jen pro vybrané lidi, ale pro všechny. Tato skutečnost je tedy dalším důkazem populistického apelu na odmítání heterogenity a snahu pojímat lid jako celek (Lowndes 2005: 148). Dalo by se ovšem namítat, že pokud je tento resort určen všem, pak toto pozvání platí i pro kritizované elity, jež patří do odlišné homogenní skupiny. Nicméně v kontextu s volební kampaní lze výrok Andreje Babiše brát spíše jako apel na své voliče a nikoliv na zástupce ze skupiny elit. Lídr ANO se tak opírá o početní převahu lidu, potažmo potencionálních voličů¹³ (Taggart 2000: 92). Ačkoli to z výše uvedeného výroku není natolik zřejmé, z kontextu této kauzy lze odvodit jistou skutečnost, že v rétorice Andreje Babiše je patrný apel na rozdělení společnosti na dvě homogenní entity. Na jedné straně je lid (všichni, kdo jsou pozváni do Čapího hnízda) a na druhé straně jsou elity („tradiční“ politici a lživá média, jež vedou proti hnutí ANO, resp. Andreji Babišovi lživou kampaň).

„Takže doufám, že to naše video Vás přesvědčilo o tom, kde je ta pravda. Že to není rodinné sídlo, že to není pro vybrané lidi, že je to pro všechny, že je to

¹³ Ve volbách do Poslanecké sněmovny České republiky v roce 2017, obdrželo hnutí ANO celkem 1 500 113 hlasů a stalo se vítězem voleb (Český statistický úřad 2017b).

pro veřejnost. Slouží to všem, dětem, rodinám, důchodcům. A přijďte se přesvědčit a uvidíte, že mi dáte za pravdu.“ (Babiš 2017b)

Volební program hnutí ANO

Viditelnou snahu o vymezení homogenní skupiny je možno spatřovat i ve volebním programu, ve kterém hnutí ANO pojímá elitu jako „tradiční“ politiky, jejichž homogenita vychází ze společné odpovědnosti za vládu v České republice, která je hnutím ANO považována za špatnou. Hnutí ANO tak zde volá po odstranění elit, které nebyly schopny reagovat na požadavky lidu, a nahradit je novými elitami, které by tak lépe reprezentovaly kolektivní zájmy lidu (Stanley 2008: 96). Nepřímo je zde patrný apel na lid (voliče), který je postaven do role suveréna, jenž prostřednictvím voleb může rozhodnout o podobě vlády. Strana se tak svým apelem na voliče opět snaží využít potencionální početní převahu v podobě voličů, jejichž pomocí pak může legitimně sesadit elitu (Taggart 2000: 92).

„Dnes už máme zkušenosti, a pokud nám dáte zase šanci, tak vám ukážeme, že vládu lze řídit úplně jinak, než to dosud předváděli tradiční politici.“ (ANO, bude líp 2017c)

V dalším výňatku z volebního programu je již apel na lid mnohem patrnější. Zájmy lidu jsou zde stavěny na první místo a lid je tak pojímán jako homogenní svrchovaná entita, jež tvoří klíčový prvek populistické rétoriky (Stanley 2008: 102). Na druhé straně je taktéž viditelný i apel na zkaženou elitu v podobě vládních činitelů, kteří se nestarali o potřeby lidu, neboť hájili pouze své partikulární zájmy. Svou kritikou elity se hnutí ANO staví do role ochránce zájmů lidu jako oběti činnosti zkažených politiků a korupce, z čehož je patrný apel na existenci dvou homogenních skupin, jež jsou vůči sobě navzájem v antagonistickém postavení (Schedler 1996: 296).

„Místo společné práce pro lidi jsme se ale od našich koaličních partnerů dočkali spíš podrazů, třeba když se nám za zády domlouvali se svými starými

známými v opozici, jen aby zmírnili zdanění hazardu nebo ochromili boj proti korupci reformou policie.“ (ANO, bude líp 2017c)

Kniha Andreje Babiše

Taktéž lze z knihy Andreje Babiše blíže specifikovat pojem elita. Je zde odkazováno na konkrétní osoby, jež tvoří homogenní skupinu v tom smyslu, že jsou všechny podle Andreje Babiše kolektivně odpovědné za korupci v České republice. V tomto výroku ovšem absentuje apel na lid jako jednotnou skupinu, a proto ho můžeme brát spíše jako pomocný prvek při zorientování se v otázce ohledně toho, kdo je elita. Nicméně zde můžeme spatřit silný důraz na zkaženost elit, které taktéž hájí pouze své zájmy a nikoliv zájmy občanů. Z této kritiky je tak patrný jasnější kontrast mezi lidem a elitou, i přestože zde lid není přímo zmíněn (Stanley 2008: 103). Níže vyjádřená kritika konkrétních subjektů tak posiluje samotný antagonismus, jenž je po apelu na lid v populistické rétorice dalším důležitým elementem (Panizza 2005: 6).

„Klaus mluvil o tom, že míra korupce v České republice se ničím nevymyká Francii. Prosím?! No, když to řekl, tak jsem se nejdřív od srdce zasmál. Hned mě napadlo, co Dalík a Topolánek? Co Řebíček? Co Roman z ČEZu? Kmotr Janoušek? Kalousek a Háva? Sobotkův stín Pokorný? Divoké privatizace z 90. let a následné tunelování? Pandury, karlovarská losovačka, justiční mafie...“ (Babiš 2017a)

V dalším úryvku lze již zřetelněji identifikovat rozdělení společnosti na dvě odlišné skupiny. Na jedné straně jsou morálně čistí občané, kteří nemají zájem o politickou participaci z důvodu svého znechucení. Za toto znechucení nesou odpovědnost níže zmínění „staří matadoři“ v podobě politických elit, kteří záměrně drží systém uzavřený proti vstupu nových politických subjektů a udržují si tak svou homogenitu (Laycock 2005: 173). Z výroku níže je možné chápat elitu jako sobeckou entitu, jež hájí pouze své partikulární zájmy, a omezuje tak zájem lidu ve formě práva participovat na politice (Schedler 1996: 296).

„Zkušení a poctiví lidé, kteří už něco dokázali, do politiky nejdou, protože na stranické kšefty nemají žaludek. Staří matadoři se dovedou efektivně bránit, jak mezi sebe cizí „náplavy“ nepustit.“ (Babiš 2017a: 123)

Výše vybrané projevy hnutí ANO a Andreje Babiše nesou mnoho společných prvků. Na základě této skutečnosti byly tyto projevy vybrány a podrobeny analýze. Na všech třech platformách bylo možné identifikovat společné prvky, a to: dělení společnosti do dvou homogenních entit, důraz na antagonismus a kritika elit, detailnější charakterizace subjektů z obou homogenních skupin, hnutí ANO stavící se do pozice obhájce lidu.

Na svém facebookovém účtu Andrej Babiš často zveřejňoval fotografie s občany na různých sportovních či kulturních akcích po celé ČR. Na fotografiích byl zachycen se svými sympatizanty, celebritymi, sportovci, živnostníky a dalšími zástupci ze strany lidu. Stejný důraz na lid bylo možné spatřit i napříč volebním programem, a také v knize Andreje Babiše. Na základě této skutečnosti byly vybrány výše uvedené příspěvky, ze kterých je patrný apel na lid jako homogenní elitu, jež pojímá lid jako soubor jedinců, bez ohledu na jejich rozdílnost (Lowndes 2005: 148). Dále bylo možné na všech třech platformách identifikovat kritiku elity v podobě „tradičních“ politiků, médií, státních institucí a dalších subjektů, které Andrej Babiš pojímal jako celistvou skupinu, jež je v antagonistickém postavení k lidu. Samotný antagonismus, který jsme mohli z těchto příspěvků vysledovat, je možno považovat za další klíčový znak populistické rétoriky hnutí ANO (Panizza 2005: 6), pomocí které je tak patrný zřetelnější kontrast mezi lidem a elitou, přičemž apel na lid tak nabývá mnohem větší efektivity (Stanley 2008: 103).

Aplikací tohoto kritéria na vytvořená data se na všech třech platformách potvrdilo, že rétorika hnutí ANO je zaměřena na lid. Dále ve své politické komunikaci rozděluje lid a elitu na dva homogenní celky. Strana pojímá lid jako homogenní skupinu a dále se ho nesnaží nijak dělit, pouze specifikuje množství entit, které do homogenní skupiny patří, což pouze posiluje přesvědčení o jednotě

skupiny. Stejně je tomu tak i v případě elity, jejíž další zástupci budou specifikováni v dalších částech této práce.

5.2 Antagonistický vztah mezi lidem a elitou

Základním bodem populismu je lid, ovšem výlučný důraz na lid je mnohem efektivnější, když je lid stavěn do kontrastu s elitou (Stanley 2008: 103). Samotný antagonismus tedy můžeme považovat za základ populistické rétoriky, podle níž je formována samotná identita populistického subjektu (Panizza 2005: 28). Z příkladů uvedených výše jsme se mohli přesvědčit o tom, že součástí argumentace hnutí ANO je kritika předchozích vlád (elit). Z této kritiky tak plyne jistý antagonismus ze strany hnutí ANO vůči těmto elitám, který ji zároveň přičítán i lidu.

Facebookový profil Andreje Babiše

Příspěvek, jenž na své zdi facebookového účtu zveřejnil Andrej Babiš, pojednává o již zmíněné kauze lithium, která byla nedílnou součástí předvolební kampaně hnutí ANO. Z výše uvedeného příspěvku si můžeme všimnout oslovení „Čau lidi“, které je Andrejem Babišem velmi často užíváno. Populisté jsou známí svou heslovitostí a jednoduchým jazykem, jehož pomocí chtějí oslovit velké množství lidí (Cannovan 1999: 5). Prostřednictvím tohoto jednoduchého oslovení se Andrej Babiš snaží přiblížit k lidem a navodit tak uvolněný styl politické komunikace, který často populisté používají, aby tak byli lidu blíže. Nutno podotknout, že se toto často používané oslovení stalo v průběhu času jistým stereotypním prvkem populistické rétoriky Andreje Babiše, a tím do jisté míry došlo i ke zkonstatování Babišovy mocenské strategie (Moffit – Tormey 2014: 386–388).

Dále lze v tomto příspěvku spatřovat snahu Andreje Babiše stavět lid do antagonistické pozice vůči elitě, kde elitou je ČSSD, která občany ČR připravila o nerostné bohatství jejich země. Ze strany Andreje Babiše je potom patrná snaha upozornit na střet zájmů mezi lidem a elitou, ohledně nelegitimního sobeckého jednání ČSSD vůči občanům. Hnutí ANO zde vystupuje proti etablované straně,

za účelem se od ní distancovat a prezentovat se jako bojovník za zájmy lidu (Mudde 2004: 546).

„Čau lidi, jak to jde? Já jsem dost naštvanej. Určitě se k vám už donesla ta nejnovější prasárna ČSSD. Potom, co prodali za hubičku naše černé a hnědé uhlí, chtějí nás připravit o poslední nerostné bohatství - lithium. Jde tu o DVA TISÍCE MILIARD korun, možná víc. Pro představu: díky téhle částce bychom mohli zvýšit VŠECHNY důchody na dvojnásobek po dobu pěti let... My české občany okrást nenecháme a budeme za ně bojovat.“ (Babiš 2017d)

V dalším facebookovém příspěvku Andreje Babiše můžeme taktéž zpozorovat apel na protichůdnou pozici lidu vůči elitě. Lídr hnutí ANO zde vyjadřuje svou sounáležitost s občany tím, že souhlasí s jejich názory, aby tak umocnil nepřátelský postoj vůči elitě (Deiwiks 2009: 3). Tímto přístupem taktéž oceňuje lid, jako morálního suveréna, jehož názor je důležitý. Kritika zde vzchází od konkrétní osoby z řad občanů, nejedná se tedy o lid jako množinu subjektů. Ovšem zveřejněním názoru tohoto člověka na sociální síti, se Andrej Babiš pravděpodobně snaží demonstrovat nespokojenost občanů¹⁴ s konkrétní politickou stranou, jež podle Andreje Babiše patří k „tradičním“ politikům (elitě). Prostřednictvím tohoto příspěvku lídr hnutí ANO staví sebe i svou stranu do pozice obhájce zájmů lidu (Schedler 1996: 296) a svou kritikou elit podporuje antagonistický postoj lidu vůči nim a snaží se od elit distancovat (Mudde 2004: 546).

„V Jihomoravském kraji jsem potkal strašně moc lidí. Zastavila se u mě paní a povídá, že viděla Duel na TV Barrandov: “Ten Fiala asi spadl z Marsu, vyčítal vám co se za ty čtyři roky nestihlo a přitom ODSka je tady 25 let.” Dal jsem jí zapravdu, tradičním politikům nezbyvá než odvádět pozornost od toho, co se nám na rozdíl od nich ve vládě povedlo.“ (Babiš 2017e)

¹⁴ K tomuto příspěvku na facebookovém profilu Andreje Babiš, vyjádřilo své sympatie 1700 lidí, 978 lidí příspěvek okomentovalo a 58 lidí příspěvek sdílelo (Babiš 2017e) Z toho vyplývá, že Andrej Babiš pravděpodobně apeloval na antagonistický vztah lidu jako homogenního celku (nikoliv konkrétní osoby) vůči elitě.

Volební program hnutí ANO

Na základě tohoto prohlášení z volebního programu hnutí ANO lze předpokládat, že za vznikem této strany stojí určitý antagonistický postoj vůči elitám, podle něhož je strana dále formována (Panizza 2005: 28). Již jen název ANO (Akce nespokojených občanů) vypovídá o jistém rozporném postavení lidu (nespokojených občanů) vůči elitě a zdůrazňuje tak rozpor mezi zájmy obou skupin (Mudde 2004: 546). Opět zde můžeme indikovat tendenci strany stavět se do role ochránce lidu a bojovníka, který bude zastupovat jeho zájmy (Schedler 1996: 296).

„Naše hnutí vzniklo jako protest proti korupci tradičních politických stran, které si hrály na levici a pravici. Proti tomu, že kmoři a lobbisti řídili zemi přes milenku premiéra. Proti tomu, že politici utahovali lidem opasky, zatímco církvím odklepli restituce předražené o 54 miliard.“ (ANO, bude líp 2017a)

Prostřednictvím dalšího výroku se hnutí ANO ztotožňuje s lidem a tvoří tak homogenní skupinu, jež je v antagonistickém postavení vůči elitě. Strana se snaží o interpretaci nespokojenosti lidu, který je ve střetu zájmů s elitou ve zkorumpovaném systému. Hnutí ANO se staví do role ochránce lidu jako oběti zkaženého establishmentu a bojovníka proti současnému politickému systému. Strana tento politický systém ovšem neodmítá, ale pouze kritizuje elity, které se snaží nahradit (Schedler 1996: 292–293).

„Není to něco naprosto šíleného? Vidíte, a to jsme v tom žili... Jak dlouho? 29 let. V roce 1989 jsme doufali, a ještě dlouho si pak mysleli, že se nesnesitelného korupčního systému konečně zbavíme. Nevyšlo to. Bojujeme s ním dodnes. Bohužel.“ (ANO, bude líp 2017a)

Kniha Andreje Babiše

V knize Andreje Babiše je lid rovněž stavěn do opozice vůči elitě. Je zde obsažen jasný apel na lid, který je přesvědčen o tom, že politici (elita) jsou pro lid jako homogenní celek škodlivou zátěží. Do popředí je tak stavěn i samotný antagonismus, jenž je mimo lid taktéž dalším základním znakem populistické

rétoriky (Panizza 2005: 6). Z tohoto výroku je tedy zřejmé, že pokud je lid postaven do antagonistického vztahu s elitou, apel na lid nabývá mnohem větší účinnosti (Stanley 2008: 103).

„Občan dospěl k přesvědčení, že politici dávají lidem mizerný příklad a otravují charakter celého národa. Lidi už věří málokomu a přestali mezi jednotlivými politiky a politickými subjekty rozlišovat.“ (Babiš 2017a: 124)

Také v dalším výňatku se Andrej Babiš snaží nastínit nespokojenost občanů, zejména zklamaných morální stránkou politiků (elit), kteří nejsou pro lid dostatečným morálním vzorem (Schedler 1996: 296). Elita je zde vyobrazena jako soubor sobeckých a morálně pošpiněných subjektů, které hájí pouze své vlastní zájmy a o potřeby lidu se nezajímají (Schedler 1996: 296). Taktéž je zde patrný důraz na lid jako suveréna, jenž kolektivně jako homogenní skupina došel k přesvědčení o zkaženosti elity, z čehož plyne viditelný antagonistický postoj lidu vůči elitám. Prostřednictvím tohoto výroku se strana snaží o identifikaci s lidem a jakousi povinnost mluvit ve jménu lidu a společně se tak postavit zkaženým elitám (Taguieff 1995: 25).

„A tak se už pár měsíců ptám lidí, jestli to vidí podobně. Co jim na naší politice vadí? Dostal jsem třicet tisíc odpovědí, tak pro vás vyberu pár nejčastějších, slovo od slova. „Politici nejsou schopni spolupracovat. Nikdo neuzná, že se něco povedlo. Hlavně pořád nadávat, urážet a pošpinit toho druhého. To je skutečně úroveň. A to má být elita národa!“ (Babiš, 2017a: 124).

Za zrodem populistických stran většinou stojí nekompetentnost a neschopnost elit reagovat na požadavky lidu. Důsledkem toho vzrůstá apel populistických subjektů na lid, který si přeje změnu, a pokud k této změně nedochází, antagonismus vůči elitám se stále stupňuje (Stanley 2008: 96). Politická komunikace hnutí ANO, prostřednictvím všech tří platforem, obsahovala apely k zaujetí protichůdné pozice vůči elitám. Byl zde poukazováno na střet zájmů těchto dvou homogenních entit. Dále bylo zjištěno, že samotné

zdůrazňování tohoto antagonismu bylo pravděpodobně prostředkem ke vzniku samotného hnutí ANO, a také tuto stranu dále formuje.

Apely na antagonistické postavení lidu vůči elitám byly na všech třech platformách velmi frekventované. Nejčastěji v nich bylo poukazováno na nekompetentní chování „tradičních“ politiků a politických stran či na zkorumpovanost politického systému jako celku. Výše uvedené výroky byly vybrány takovým způsobem, aby jejich obsah reprezentoval nejčastější apely, které bylo možno identifikovat na všech třech platformách. Jednalo se zejména o poukazování na nespokojenost občanů s vládnoucími elitami, kritika elit za jejich neschopnost hájit zájmy lidu nebo kladení důrazu na střet zájmů obou skupin. Obecně se hnutí ANO ve své politické komunikaci prezentovalo jako obhájce zájmů lidu (Schedler 1996: 296), což společně se silnou kritikou elit, pouze posilovalo samotný antagonismus mezi oběma entitami (Mudde 2004: 546).

5.3 Glorifikace lidu jako morálně nezkaženého suveréna a odsouzení elity

Jak již bylo řečeno, klíčovou jednotkou populistické rétoriky je lid, který je mnohdy populisty oslavován jako morální suverén, jehož vůle je neporušitelná (Stanley 2008: 104–105). Elita je často kritizována za svou nekompetentnost, zkaženost a neschopnost se vcítit do potřeb lidu (Rooduijn 2014: 573–574). Je třeba dodat, že toto brojení proti elitě je závislé na kontextu dané země, politické situace a požadavků lidu (Rooduijn a kol. 2012-: 2–3). Naším úkolem je zjistit, zda hnutí ANO kritizuje elitu za neschopnost naslouchat lidu a zdali kolektivní zájmy lidu jsou důležitější než zájmy elity, aby glorifikovalo ústřední postavení lidu.

Facebookový profil Andreje Babiše

Volební spoty, které Andrej Babiš zveřejňoval na svém facebookovém profilu, mají vždy na svém konci jedno společné heslo: „*Bez vás to ale nedáme*“. Tímto heslem tak Andrej Babiš pravděpodobně apeloval na lid, jako aktéra s výsadem postavením, který by měl mít jako suverén právo rozhodovat o osudu své země. Z tohoto hesla je tedy patrná snaha o oslavu lidu jako morální autority,

bez níž by nebylo možné elitu porazit (Taggart 2000: 93–94). Toto heslo tak můžeme chápat jako apel na jakousi obecnou vůli lidu, jenž je v populistické rétorice fundamentem pro politické rozhodování (Stanley 2008: 104).

První předvolební video bylo zveřejněno 19. září 2017 na sociální platformě YouTube s názvem „*Nikdy nepřestanu bojovat proti politickým blábolům!*“ V tomto třicetisekundovém videu, které zveřejnil Andrej Babiš na svém facebookovém profilu, se prezentuje jako bojovník proti lživé rétorice „tradičních“ politiků a na samém konci tohoto spotu odkazuje na voliče, že zvládnutí tohoto boje závisí zejména na jejich pomoci (ANO 2017a). Z níže uvedeného výroku lze vyzorovat důraz na odsouzení elity v podobě „tradičních“ politiků, z jejichž nesrozumitelné a všední rétoriky je patrný nezájem o problémy „obyčejných“ lidí (Rooduijn 2014: 573–574). Zároveň zde lze vyzorovat i skrytý apel na suverenitu lidu, který má sám rozhodnout o tom, jaký politik je zkažený. Strana zde klade důraz na důležitost názoru lidu, který je rovněž pokládán za hlavní morální autoritu (Taggart 2000: 93).

„KONEČNĚ JE TO TADY! Naše první video ke kampani! Hraje tam kromě mě i tradiční politik a jako vždycky hrozně blábolí Poznáte ho? Označte ho v komentáři, přece víte jak“ (Babiš, 2017f)

V dalším facebookovém příspěvku je zřejmý apel Andreje Babiše na lid (všechny Čechy). Ve své rétorice tedy oslavuje lid, jako jeden národ, ve smyslu vyzdvihování jeho kvalit a schopností. Obecně glorifikuje lid jako základní stavební jednotku národa, a tím tak zdůrazňuje jeho ústřední postavení (Taggart 2000: 93).

„Zdravím všechny Čechy v zahraničí. Jsou vás tisíce a jsem přesvědčen, že děláte skvělou reklamu naší zemi, protože náš národ byl vždy strašně šikovný a vždy se ve světě uplatnil.“ (Babiš 2017g)

Volební program hnutí ANO

Taktéž ve volebním programu lze spatřit apel na oslavu lidu, zejména na jeho kvality a schopnosti. Tento výrok i předchozí facebookový příspěvek svědčí o tom, že lid je pro hnutí ANO nejdůležitějším hodnotovým konceptem (Stanley 2008: 102). Ačkoliv Ben Stanley tvrdí, že je „lid“ pouze vágním pojmem, jenž v argumentaci populistů nezahrnuje žádnou konkrétní skupinu lidí (Mudde 2004: 545), může být definován v závislosti na daném kontextu (Rooduijn a kol. 2012: 2–3). V argumentaci hnutí ANO můžeme tento kontext spatřovat v podobě odkazu na historické úspěchy tehdejšího předválečného Československa či skrytý důraz na oslavu schopností českého lidu.

„Tak jako Tomáš Baťa ve 30. letech minulého století i my musíme vsadit na lidi, na jejich odbornost, kreativitu, podnikavost a odvahu při dobývání světových trhů.“ (ANO, bude líp 2017e: 30)

V dalších dvou úryvcích z volebního programu strana otevřeně kritizuje vládu. Pojímá zde elitu jako homogenní skupinu, do níž zahrnuje členy vlády, lobbisty, poradce a neváhá zde poukázat i na konkrétní jména. Poukazuje zřejmě na nekompetentní jednání elit, které hájí pouze své partikulární zájmy a nedokážou vyslyšet potřeby lidu (Rooduijn 2014: 573–574). Dokladem je např. zdržování důležitých návrhů zákonů prostřednictvím byrokracie, jež je v pojetí strany pravděpodobně také součástí zkažených elit. Máme si tak povšimnout širokého spektra subjektů, jež spadají do jedné skupiny (elity), která je za svou činnost hnutím ANO odsuzována.

„Víme, že vládu ve skutečnosti neřídí premiér, ale nejrůznější zákulisní skupiny, lobbisté a poradci. Zkuste si na internetu dohledat jména Radek Pokorný nebo Miloš Růžička. Možná pak zjistíte, kdo tady skutečně tahá za nitky. V tom se ČSSD od ODS příliš neliší. Zažili jsme, jak mezi sebou jednotlivá ministerstva soupeří a důležité návrhy zákonů schválně různými byrokratickými fígly zdržují (...).“ (ANO, bude líp 2017a)

„Všichni si pamatujeme skandály a kauzy provázející nákupy na ministerstvu obrany v období před rokem 2014.“ (ANO, bude líp 2017d: 22)

V dalších výňatcích z volebního programu je opět patrná snaha o odsouzení elity v podobě „tradičních“ politiků. Populistické strany, jejichž volební úspěch byl založen na kritice elity, jsou se vstupem do koalice s ostatními stranami často donuceny pozměnit svou volební strategii (Deegan-Krause 2007: 13–14). Z předešlých odstavců je zřejmé, že hnutí ANO pravděpodobně založilo svůj předchozí volební úspěch na populistické rétorice v podobě kritiky korupce či poukazování na nekompetentní jednání již zmiňovaných „tradičních“ politiků. Ovšem po volbách v roce 2013 vstoupilo hnutí ANO do koalice s „tradičními“ stranami a bylo nuceno s nimi spolupracovat. Z výroku *„Nebudu vám tady nalhávat, že jsme v politice nenasekali chyby.“* můžeme vysledovat jistou změnu volební strategie, která musela být v důsledku kooperace s mainstreamovými stranami ve vládě pozměněna. Strana otevřeně přiznala svou chybu a dala tak najevo jistou dávku moralismu, jež je v argumentaci populistů dalším důležitým prvkem (Mudde 2019b). Nutno ale říct, že strana ve své volební rétorice od kritiky a odsuzování elit neustoupila ani ve volební kampani v roce 2017.

„Nebudu vám tady nalhávat, že jsme v politice nenasekali chyby. Tak nějak automaticky jsem předpokládal, že podaná ruka platí, že se drží slovo a že se na kameru říká to, co i mimo ni. No nebyl jsem naivní? Tak trochu ano. Jak jsem se mnohokrát bohužel přesvědčil, politika není byznys, kde můžete své partnery obelhat dvakrát: jednou a naposledy. Proto jsme se kolikrát zmýlili v lidech a nechali se tradičními politiky napálit.“ (ANO, bude líp 2017a)

Z volebního programu je dále patrný i apel na lid jako suveréna. Andrej Babiš pojímá Českou republiku jako rodinnou firmu, což může do jisté míry znít jako utopistická vize o demokratickém fungování státu. Lid je zde představován jako akcionář, který má určitý podíl na firmě, jež mu zároveň patří. Lze zde tedy spatřit jistý apel na lid jako suverénního aktéra, který má jako akcionář právo na

valné hromadě rozhodovat o osudu své země, neboť jeho obecná vůle je neporušitelná (Mudde 2019a) a optikou populistů je chápána jako ta „pravá“ demokracie (de Raadt 2004: 3–4). Na základě argumentace hnutí ANO je možné tvrdit, že tato obecná vůle lidu může nést prvky referenda (Abts – Rummens 2007: 408). Níže uvedený výrok tak může vykazovat jisté apely na prvky přímé demokracie, které jsou populisty často využívány, aby tak vyzdvihovaly důležitost lidu jako suveréna (Mudde 2001: 37).

„Chceme ukázat, že dokážeme být aktivní, hospodární a loajální zaměstnanci této skvělé rodinné firmy, která se jmenuje Česká republika a která patří vám. A po čtyřech letech jako akcionáři na valné hromadě rozhodnete, jestli jsme s ní nakládali efektivně a hospodárně. To je demokracie. Jestli a jak velkou sílu na to budeme mít, je už jen a jen na vás.“ (ANO, bude líp 2017a)

Apel na obecnou vůli lidu je patrný i v dalších částech volebního programu hnutí ANO. Strana zde klade důraz na důležitost názoru občanů, z níž plyne zřetelný apel na jistou suverénnost lidu. Nejen názor, ale i pocity lidu jsou pro stranu důležitým prvkem. Klíčovou součástí populistické rétoriky je moralismus, který slouží jako indikátor rozdílu mezi lidem a elitou (Mudde 2019b). Z toho vyplývá, že strana apeluje i na morální stránku lidu, protože lid je populisty chápán jako hlavní morální autorita (Taggart 2000: 93).

„Je to pro mě velice důležité znát názor a pocity vás všech, jednoho každého z vás.“ (ANO, bude líp 2017a)

Následující výrok taktéž obsahuje jistý apel na lid jako suveréna, jenž by měl mít možnost bránit svou zem. Lid je zde pojímán jako základ národa, který by měl být prostřednictvím své obecné vůle suverénem v otázce obrany národa samotného (Mudde 2019a). Důvodem tohoto apelu je pravděpodobně zvýšený zájem veřejnosti o znovuzavedení základní vojenské služby, v důsledku strachu z migrační krize a terorismu (TNCZ 2017). Na základě této skutečnosti lze dokázat, že „lid“ není pouze vágním pojmem, pokud se tento pojem opírá o

určitý kontext, jakým je v tomto případě výše uvedená skutečnost (Rooduijn a kol. 2012: 2–3).

„Chceme ale občany aktivovat a dát jim možnost k obraně země při spěť.“
(ANO, bude líp 2017d: 22)

Kniha Andreje Babiše

Apel na lid jako suveréna je patrný i z knihy Andreje Babiše. V otázce reformy školského systému vkládá důvěru do rukou lidu a nikoli do systému samotného. Z předchozích odstavců jsme si mohli povšimnout, že v argumentaci Andreje Babiše patří učitelé do stejné homogenní skupiny, tedy k lidu. Je zde tedy patrná snaha o glorifikaci lidu ve smyslu oslavy jeho schopností, které zároveň vedou k jeho pravděpodobnému suverénnímu vytváření politiky (Mudde 2019a).

„A pořád slyšíme samé řeči o reformě systému. Houby reforma systému. Já nevěřím na systém, věřím konkrétním lidem. Bud' budeme mít dobré učitelky a učitele, nebo to prohrajeme.“ (Babiš 2017a: 146)

Oslava lidu a jeho schopností je patrná i v dalším úryvku z knihy Andreje Babiše, který prezentuje lid jako homogenní skupinu různých subjektů, jejichž oslavované schopnosti by měly být využity pro politické rozhodování. Lid je tedy v tomto výroku pojímán jako suverén, na základě svých pozitivních schopností, jež pouze zdůrazňují jeho obecnou vůli (Stanley 2008: 104–105). Z tohoto výroku lze vyzorovat i jistý apel na samotný moralismus, jenž je nezbytným prvkem v populistické rétorice a zároveň nedílnou součástí samotného lidu, který je jeho nositelem (Taggart 2000: 93).

„Do politiky by měli chodit lidi, kteří ve svém životě něco dokázali, lidi, kteří politiku chápou jako službu a povolání, lidi, kteří mají nějakou vizi. A moc dobře vím, že takových lidí žije v České republice spousta. Znáám je. Máme tolik šikovných řemeslníků, učitelů, lékařů, vědců, živnostníků, podnikatelů, záchranářů, sportovců, policistů, hasičů a dalších a dalších profesí.“ (Babiš 2017a: 9)

Taktéž apel na odsouzení elit je možno v knize najít. „Tradiční“ politické strany jsou zde odsuzovány za své sobecké a nekompetentní vládnutí, což lze považovat za běžnou argumentaci populistů (Cannovan 2002: 32). Pojem „tradiční“ politické strany či politici jsou v rétorice hnutí ANO velmi užívaným pojmem. Lze na ně tedy nahlížet jako na stereotypní prvky, jež jsou důkazem určitého zkosnatění mocenské strategie hnutí ANO (Moffit – Tormey 2014: 386–388).

„Rozdělení na levici a pravici dávno neplatí, za ty roky z tradičních, zkosnatělých politických stran jakákoli ideologie dávno vyprchala. Jde pořád o tytéž lidi, kteří na politické kořisti tloustnou víc než dvacet let.“ (Babiš 2017a: 9)

Bylo zjištěno, že hnutí ANO ve svých apelech oslavovalo lid jako morálního suveréna, a to prostřednictvím všech tří zmíněných platforem. Vyzdvihovalo především pozitivní vlastnosti či pracovitost českých občanů. Na základě těchto atributů byl lid pravděpodobně pojímán jako suverénní entita, jež je oprávněna se politicky angažovat. Dále byla zjištěna existence snahy o odsouzení elit. Elity byly v tomto případě pojímány jako „tradiční politici“ či politické strany, členové vlády, lobbisté, poradci a různé „zákulisní“ skupiny, které byly rétorikou strany značně odsuzovány. Výše uvedené výroky byly vybírány na základě obecné podobnosti apelů, jež zapadají do kritérií, které jsme si v této práci vytyčili. Těmito apely byly zejména glorifikace lidu a jeho schopností, kritika a odsuzování elit za jejich nekompetentní jednání a postavení lidu jako (morálního) suveréna.

5.4 Proklamace krize

Populisté se ve své rétorice často uchylují k proklamování nějaké krize a jak již bylo řečeno, tato krize může mít mnoho podob. Takovýmto stylem komunikace se populistické strany staví do role jediného řešitele dané krize a ochránce lidu, jenž lid z této nelehké situace dokáže vyvést (Panizza 2005: 9). Populistické subjekty se často uchylují k provolávání krize, za účelem navodit mezi občany atmosféru strachu a nejistoty (Rooduijn 2014: 576–577).

Facebookový profil Andreje Babiše

Stejným způsobem můžeme popsat i výňatek z volebního letáku, jenž byl před volbami zasílán lidem do poštovních schránek. Tento propagační materiál nesl název „*Smlouva Andreje Babiše s občany České republiky*“¹⁵, ve kterém Andrej Babiš prostřednictvím jednotlivých bodů popsal, co bude a nebude dělat, pokud hnutí ANO vyhraje volby a Andrej Babiš se stane předsedou vlády. Tato „smlouva“ je také podpořena videem, ve kterém ji Andrej Babiš blíže představuje (Babiš 2017h).

„A nezapomeňte, volby jsou už tento pátek a sobotu, 20. a 21. října. Ty nejdůležitější volby v historii naší země. Jde v nich o všechno. Vy rozhodnete, jestli chcete změnu, nebo vládu tradičních politiků na věčné časy. Tohle je první a také poslední pokus. Žádný další nebude. Ted', nebo nikdy.“ (Babiš 2017h)

V tomto prohlášení si můžeme povšimnout zejména důrazu na důležitost voleb, které jsou popisovány jako nejdůležitější v historii naší země a ve kterých jde o „všechno“. Z těchto výroků je vskutku patrná snaha o vyvolání určité nejistoty a strachu mezi občany (Rooduijn 2014: 576–577). Dále si nelze nevšimnout ani odsouzení elit ve formě již zmiňovaných „tradičních“ politiků nebo apelu na lid, který může o osudu své země jako suverén rozhodnout (Mudde 2019a). Proklamaci krize zde pravděpodobně můžeme spatřovat v podobě varování před volební pasivitou lidu, která by byla strůjcem krize, ve smyslu pokračování vlády „tradičních“ politiků na „věčné časy“¹⁶.

Volební program hnutí ANO

Proklamace krize byla nedílnou součástí předvolební kampaně hnutí ANO v roce 2013. V již zmíněné „Výzvě k občanům“, se Andrej Babiš odkazoval zejména na špatnou ekonomickou situaci v České republice, která byla

¹⁵ V rámci volební kampaně podobnou „smlouvu“ s voliči podepsal i Silvio Berlusconi v přímém přenosu italské státní televize (Mejstřík 2016: 46).

¹⁶ Výrok Andreje Babiše „*Vy rozhodnete, jestli chcete změnu, nebo vládu tradičních politiků na věčné časy.*“ může být v kontextu proklamace krize spojen i s odkazem na komunistický režim v bývalém Československu, v němž bylo hojně užíváno podobné heslo „*Se Sovětským svazem na věčné časy a nikdy jinak!*“ (Růžička 2020).

zapříčiněna nekompetentností a zkorumpovaností tehdejších vládních činitelů (ANO, bude líp 2020b). Volební program hnutí ANO pro rok 2017 nese název „*Ted' nebo nikdy. Ten jediný program, který potřebujete*“ (ANO, bude líp 2017a). Z tohoto názvu nelze sice jednoznačně vyvodit proklamaci nějaké konkrétní krize, ale můžeme v něm spatřit jakési varování před potencionální nelehkou situací, která může nastat, když se současný stav na politické scéně nezmění. Pravděpodobný vznik této krize není nijak specifikován, ovšem v rétorice populistů nezáleží na tom, jestli daná krize opravdu přijde nebo ne, jde jim pouze o to, aby tomu lidé uvěřili (Rooduijn 2014: 576–577).

Kniha Andreje Babiše

Ve své knize Andrej Babiš apeluje na změnu taktiky ekonomické orientace, jež je podle něho extrémně závislá na automobilovém průmyslu. Proklamuje zde potencionální ekonomickou krizi či změnu výrobních procesů, které by mohly být příčinou krize nezaměstnanosti. Andrej Babiš tak předkládá plán ekonomického směřování České republiky, které takovýmto krizím dokáže předcházet. Andrej Babiš se tak ve své knize prezentuje jako ochránce zájmů lidu, jenž nabízí řešení potencionální krize, kterou proklamuje (Rooduijn 2014: 573–574).

„V přepočtu na obyvatele jsme druhý nejvýznamnější producent aut na světě, ale taky jsme na automobilovém průmyslu extrémně závislí. Co budeme dělat, pokud se dostane do krize? Co budeme dělat, až práci lidí začnou dělat roboti?“ (Babiš 2017a: 240)

Dále se v knize vyskytuje předpovídání demografické krize, prostřednictvím které se Andrej Babiš snaží v občanech vyvolat strach z migrační krize, která byla před volbami v roce 2017 velmi diskutovaným tématem, nejen na území České republiky (Babiš 2017f: 257–259). Populisté často využívají jistý druh rétoriky, který má v lidech vyvolat obavy o jejich bezpečí nebo o ztrátu jejich kulturní identity (Rooduijn 2014: 574). Z výroku je tedy patrná proklamace

určité tísnivé situace, prostřednictvím které se Andrej Babiš snaží vyvolat v občanech obavy z migrační krize¹⁷.

„Demografická krize. Evropa kvůli nízké porodnosti v podstatě vymírá, ale představa, že místo Němců budou pracovat noví migranti, není reálná. Prostě musíme mít víc dětí.“ (Babiš 2017a: 259).

Terčem kritiky Andreje Babiše či hnutí ANO nejsou jen „tradiční“ politici a další politické i nepolitické subjekty v ČR. Kritizována je také Evropská unie, jež je popisována jako nedokončený projekt, který nedokáže reagovat na příchozí krize a není schopen vyslyšet prosby obyvatel jednotlivých států. Prostřednictvím kritické rétoriky vůči EU ve své knize Andrej Babiš upozorňuje na potencionální krize, které mohou vzejít z její neschopnosti řešit problémy jednotlivých členských zemí (Panizza 2005: 9; Babiš 2017a: 272–276).

„Korunu všemu nasadil chaos kolem uprchlické krize a bezpečnostní problémy, které kvůli tomu máme. Zrovna teď, když to píšu, běží v televizi zpráva o teroristickém útoku ve Stockholmu... A tak důvěra Evropanů v unii byla na konci loňského roku jen na 36 procentech.“ (Babiš 2017a: 275)

„Ukazuje se, že unie byla a pořád ještě je projektem jenom do dobrého počasí. Krize, které přišly, ji zastihly naprosto nepřipravenou. Evropa je neumí efektivně řešit, neumí se jim ani bránit.“ (Babiš 2017a: 275)

Populisté velmi často proklamují ekonomickou krizi, která je mnohdy příčinou vzniku dalších krizí, a pro občany je tedy nejpalčivějším tématem (Panizza 2005: 9). Nutno říct, že varování před krizí, kterou by vyvolalo přijetí eura je ze strany hnutí ANO pouze taktickým krokem, jelikož opět vychází z názoru velké části jedinců ze strany lidu, kteří si zavedení eura nepřejí¹⁸ (Deiwiks 2009: 3).

¹⁷ Podle prosincového průzkumů CVVM v roce 2016, se nejvíce lidé obávali migrace a terorismu (Novinky.cz 2017).

¹⁸Podle průzkumu Eurobarometru, byli Češi v roce 2017 největšími odpůrci eura v EU. Celkem 73 % dotazovaných bylo proti zavedení eura v ČR a pouhých 22 % bylo pro, zbylých 5 % si nebylo jisto (Česká televize 2018).

„Evidentní je krize eura, protože projekt společné měny je nedopečený a některým zemím jednotná měna euro neprospívá.“ (Babiš 2017a: 275).

Aplikací posledního kritéria na vytvořená data jsme dospěli k závěru, že nejde zcela jednoznačně určit, jakou krizi strana na všech třech platformách proklamuje. Hnutí ANO se spíše snaží vyvolat v lidech obavy z příchodu nějaké nepříjemné situace, která by mohla nastat v případě, že by se lid choval pasivně a nevyužil svého postavení morálního suveréna ke snaze participovat na politice prostřednictvím voleb. Ty by mohly krizi odvrátit a přispět ke výměně zkažených elit za někoho, kdo vyslyší požadavky lidu (v tomto případě je to hnutí ANO). Spíše než proklamaci krize můžeme rétoriku hnutí ANO chápat jako pokus vyvolat mezi občany strach z nespécifikované krize, jenž má za úkol zmobilizovat potencionální voliče, a získat tak co nejvíce hlasů ve volbách. Dále se strana snažila klást důraz na migrační krizi, jež byla v té době velmi diskutovaným tématem a měla tak pravděpodobně velký vliv na vyvolání strachu mezi občany. Proklamace ekonomické krize byla v rétorice strany také zřejmá, jelikož se občanů velmi dotýká, a je pro ně tak důležitým tématem, které je často populisty využíváno (Panizza 2005: 9).

Nutno ale dodat, že výše uvedené výroky nebyly na všech třech platformách tolik frekventované. Taktéž nebyly zcela v souladu s aplikovaným kritériem a jejich charakter byl spíše neurčitý. Na základě této skutečnosti byly ze všech tří platforem vytvářena taková data, která byla svým obsahem nejvhodnější pro aplikaci daného kritéria.

5.5 Shrnutí

Úkolem této analýzy bylo zjistit, zda je možné identifikovat populistické projevy u hnutí ANO v rámci volební kampaně, a to v časovém rozmezí od 3. září 2017 do 20. října 2017. Na základě operacionalizace čtyř stanovených kritérií jsme provedli analýzu vybraných dat ze tří platforem (Facebookový profil Andreje Babiše, volební program hnutí ANO a kniha *O čem sním, když náhodou spím*). Bylo zjištěno, že na všech třech platformách strana rozdělovala lid a elitu

na dva homogenní celky. Lid jako homogenní skupina byla v argumentaci strany dále složena z seniorů, rodin, dětí, učitelů, zdravotníků, záchranářů, zaměstnanců, podnikatelů, živnostníků a dalších profesí. Elita byla taktéž pojmána jako homogenní entita, jež sestávala především z „tradičních“ politiků a politických stran, médií, vládních institucí, lobbistů, poradců, EU a establishmentu obecně.

Ve své rétorice kladla strana rovněž důraz na antagonistický vztah mezi lidem a elitou a poukazovala na střet zájmů mezi těmito skupinami. Bylo zjištěno, že mimo lid byl dalším klíčovým prvkem strany antagonismus, na jehož základě postavila strana svou rétoriku a prostřednictvím něhož se zformovala (Školka 2000: 2). Dále bylo zjištěno, že hnutí ANO oslavovalo lid jako jeden národ a vyzdvihovalo jeho pozitivní vlastnosti a morálnost, čímž ho stavělo do ústřední pozice jako suveréna. Strana tak zdůrazňovala obecnou vůli lidu, podle které jsou upřednostněny kolektivní zájmy lidu před zájmy elit (Mudde 2019a). Bylo dokázáno, že hnutí ANO značně kritizovalo zájmy a chování elit a poukazovalo na neschopnost elity vcítit se do potřeb lidu a hájit tak jeho zájmy (Cannovan 2002: 32). Strana se taktéž stavěla do role ochránce lidu před důsledky činnosti zkažených elit (Rooduijn 2014: 573–574).

Proklamace ekonomické a migrační krize byla zřejmá zejména z knihy Andreje Babiše. Lze tedy říct, že hnutí ANO proklamovalo krizi prostřednictvím této knihy, kterou ovšem nelze jednoznačně zařadit do volebního materiálu hnutí ANO i přes to, že má obsahově mnoho společného s oficiálním volebním programem. Ve volebním programu a na facebookovém profilu Andreje Babiše nebyla proklamace konkrétní krize jednoznačně prokázána. Jednalo se pouze o jistou snahu vyvolat v občanech určité obavy z budoucnosti politického směřování země, ve které žijí. Touto taktikou se strana pravděpodobně snažila mobilizovat voliče, a získat tak jejich hlasy ve volbách. Aplikací stanovených kritérií na vybraná data, jsme došli ke zjištění, že hnutí ANO vykazuje ve své

politické komunikaci populistické projevy, které byly identifikovány pomocí všech čtyř stanovených kritérií.

ZÁVĚR

Cílem této bakalářské práce bylo zjistit, zda hnutí ANO vykazuje projevy populismu v krátkém období před volbami do poslanecké sněmovny v roce 2017. Ač se na koncept populismu dívají různí autoři z odlišných úhlů a na definici tohoto pojmu mezi nimi dosud nepanuje všeobecná shoda, pokusili jsme se nastínit tři nejpoužívanější přístupy ke studiu tohoto fenoménu (Panizza 2005: 2–3). První z nich představoval koncept populismu jako formu politické komunikace. Druhý přístup chápal populismus jako určitou formu mocenské strategie. Třetí přístup pojímal populismus jako jistou formu ideologie, ze kterého jsme v této práci primárně vycházeli. Tento přístup definoval populismus jako „*thin-centered*“ ideologii, jejíž zastánci tvrdí, že je možné v různých přístupech najít průnik společných prvků (Pauwels 2011: 98–100). Pro naši analýzu byla vybrána tři hlavní kritéria, na kterých panuje široká shoda na akademické půdě. Jedná se o pojmání lidu a elity jako dvou homogenních skupiny, antagonistický vztah mezi lidem a elitou a lid jako morální suverén, kde toto kritérium (Panizza 2005: 2–3). je ještě doplněno o Stanleyho pojetí glorifikace lidu a odsouzení elity (Stanley 2008: 102). Čtvrté a poslední kritérium jež bylo v této práci použito, je Rooduijnova proklamace krize (Rooduijn 2014: 576). Všechna čtyři kritéria byla v teoretické části detailně vylíčena a definována, tak aby mohla být snadněji aplikována na vytvořená data.

Následně byla tato čtyři kritéria v metodologické části operacionalizována. Pro tvorbu dat bylo zvoleno období od 3. září 2017, kdy hnutí ANO oficiálně zveřejnilo svůj volební program, do 20. října 2017, kdy došlo ke konání voleb do poslanecké sněmovny. Data byla tvořena primárně ze tří platforem, volebního programu strany, facebookového profilu Andreje Babiše a jeho knihy s názvem *O čem sním, když náhodou spím*. Na základě těchto dat byla provedena kvalitativní obsahová analýza. Dále bylo krátce představeno hnutí ANO, jeho historie a aktivity ve volební kampani 2017.

V analytické části byla provedena analýza vytvořených dat na základě operacionalizace čtyř stanovených kritérií, jež každé z nich tvořilo samostatnou kapitolu. Na základě výsledků naší analýzy jsme došli k závěru, že politický subjekt hnutí ANO ve své volební kampani vykazuje projevy populismu. Obecně lze říct, že prostřednictvím všech tří platforem kladlo hnutí ANO důraz na lid, který je základní složkou populistické rétoriky (Panizza 2005: 6). Taktéž zdůrazňovalo samotný antagonismus, jenž patří k dalším klíčovými prvky populismu, pomocí něhož apel na lid nabývá mnohem větší síly (Stanley 2008: 103). Antagonismus tak hrál v politické strategii hnutí ANO důležitou roli, jelikož bylo z uvedených výroků zřejmé, že na jeho základě byla formována samotná i identita této strany (Panizza 2005: 28). Dalším nezbytným prvkem populistů je moralismus, jehož nositelem je výhradně lid (Taggart 2000: 93). I tento prvek byl v politické komunikaci hnutí ANO identifikován. Strana apelovala zejména na morální čistotu lidu, a tím se ho tak snažila odlišit lid od elity (Mudde 2019b).

Dále je z celkové argumentace strany patrný důraz na rozdělení společnosti do dvou homogenních skupin, kde na jedné straně stojí lid a na druhé je zkažená elita. Na základě detailní specifikace pojetí lidu v očích hnutí ANO je zřejmé, že strana pojímala lid jako jednotný celek se společnými zájmy, což je typickým znakem populistického chování (Lowndes 2005: 148). Rovněž elita byla optikou hnutí ANO pojímána jako homogenní jednotka, jež je v antagonistickém postavení vůči lidu. Elita je často populisty kritizována a odsuzována za svou zkaženost, nekompetentnost a neschopnost hájit zájmy lidu. Skrze rétoriku obsaženou ve všech třech platformách, se hnutí ANO vyjadřovalo k elitám kriticky a odsuzovalo jejich zkaženost a nekompetentnost, zejména v otázce jejich vztahu k lidu. Zároveň se tak stavělo do pozice obhájce zájmů lidu, což taktéž patří k typickým znakům populistického vstupování (Schedler 1996: 296). Svou pozici ochránce lidu populistické subjekty často využívají v případech, kdy hrozí nějaká krize a staví se do role spasitele lidu (Panizza 2005:

9). Tého situace využilo i hnutí ANO, např. v kontextu migrační krize. Proklamace krize je populisty často využívána k navození pocitu strachu a nejistoty mezi občany, což bylo v rétorice hnutí ANO taktéž možno identifikovat (Rooduijn 2014: 576–577). Strana ve své argumentaci kladla důraz na lid, ve smyslu oslavy jeho schopností, kvalit a morální čistoty. Na základě těchto atributů strana oslavovala lid jako morálního suveréna a vyzdvihovala jeho obecnou vůli, prostřednictvím níž spatřovala ideál demokratického fungování státu (Abts – Rummens 2007: 408; de Raadt 2004: 3–4).

Z obsahu politické komunikace hnutí ANO jsme tak mohli zjistit, že strana naplňuje všechna čtyři kritéria. Hnutí ANO tedy pojímá lid a elitu jako dvě homogenní skupiny, apeluje na antagonismus mezi těmito skupinami, glorifikuje lid jako morálního suveréna a odsuzuje elitu a alespoň na jedné ze tří platform proklamuje krizi. Závěrem tedy můžeme říct, že lze hnutí ANO považovat za politický subjekt, jenž ve své politické komunikaci užívá prvky populismu.

SEZNAM ZKRATEK

ANO 2011 – Aliance nespokojených občanů 2011

AEP – Anti-Political-Establishment Parties

CVVM – Centrum pro výzkum veřejného mínění

ČR – Česká republika

ČSSD – Česká strana sociálně demokratická

EU – Evropská unie

FPÖ – Freiheitliche Partei Österreich (Svobodná strana Rakouska)

ODS – Občanská demokratická strana

SEZNAM PRAMENŮ A LITERATURY

Seznam použité literatury

Abts, Koen – Rummens, Stefan (2007). Populism versus Democracy. *Political Studies* 55 (2), s. 405–424.

Albertazzi, Daniele – McDonnell, Duncan (2008). Twenty-first century populism: the spectre of western European democracy (New York: Palgrave Macmillan).

Canovan, Margaret (1999). Trust the people! Populism and the two faces of democracy. *Political studies* 47(1), s. 2–16.

Canovan, Margaret (2002). Taking Politics to the People: Populism as the Ideology of Democracy. In: Yves Mény a Yves Surel a kol., *Democracies and the Populist Challenge* (Houndmills: Palgrave), s. 25–44.

de Raadt, Jasper – Hollanders, David – Krouwel, André (2004). Varieties of Populism: An Analysis of the Programmatic Character of Six European Countries. *Papers Political Science* 4, s. 1–20.

Deegan-Krause, Kevin (2007). Populism and the Logic of Party Rotation in Postcommunist Europe. *Bratislava: Institut for Public Affairs (IVO)*, s. 1–18.

Deiwiks, Christa (2009). Populism. *Living Reviews in Democracy*, s. 1–9.

El-Mafaalani, Aladin (2018). Protest, Provokation Und Plausibilität: Salafismus Als Jugendbewegung. *Transcript Verlag*, s. 137–150.

Floyd, Jonathan (2016). Normative behaviourism and global political principles. *Journal of International Political Theory* 12 (2), 152–168.

Freeden, Michael (1998). Is nationalism a distinct ideology? *Political Studies* 46 (4), s. 748–765.

Heinisch, Reinhard (2008). Austria: The Structure and Agency of Austrian Populism. In: Albertazzi, Daniele – McDonnell, Duncan eds., *Twenty-first century*

populism: the spectre of western European democracy (New York: Palgrave Maxmillan), s. 67–83.

Kronick, Jane C. (1997). Alternativní metodologie pro analýzu kvalitativních dat. *Sociologický časopis* 33 (1), s. 57-67.

Kubánek, Martin (2016). Role populismu ve volebním marketingu hnutí ANO 2011 před parlamentními volbami v roce 2013. *Středoevropské politické studie* 17 (4), s. 319–353.

Laclau, Ernesto (2005). Populism: What's in a Name?. In: Panizza, Francisco a kol., *Populism and the Mirror of Democracy* (London: New York), s. 32–49.

Laycock, David (2005). Populism and the New Right in English Canada. In: Panizza, Francisco a kol., *Populism and the Mirror of Democracy* (London: New York), s. 172–201.

Lowndes, Joseph (2005). From Founding Violence to Political Hegemony: The Conservative Populism of George Wallace. In: Panizza, Francisco a kol., *Populism and the Mirror of Democracy* (London: New York), s. 144–171.

Macková, Alena (2017). *Nová média v politické komunikaci* (Brno: Masarykova univerzita).

Mejstřík, Martin (2016). Itálie. In: Kubát, Michal – Mejstřík, Martin – Kocian, Jiří eds., *Populismus v časech krize* (Praha: Karolinum).

Moffitt, Benjamin, Simon Tormey (2014). Rethinking Populism: Politics, Mediatisation and Political Style. *Political Studies* 62 (2), s. 381–397.

Mudde, Cas (2001). In the Name of the Peasantry, the Proletariat, and the People: Populisms in Eastern Europe. *East European Politics and Societies* 15 (1), s. 33–53.

Mudde, Cas (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*. 39(4), s. 541–563.

Mudde, Cas – Kaltwasser, Cristóbal R. (2011). Voices of the Peoples: Populism in Europe and Latin America compared. Kellogg Institute, s.1–43.

Panizza, Francisco (2005). Populism: Introduction: Populism and the Mirror of Democracy. In: Panizza, Francisco eds., *Populism and the Mirror of Democracy* (London: New York), s. 1–31.

Pauwels, Teun (2011). Measuring Populism: A Quantitative Text Analysis of Party Literature in Belgium. *Journal of Elections Public Opinion and Parties* 21 (1), 97–119.

Rooduijn, Matthijs – Pauwels, Teun (2011). Measuring Populism: Comparing Two Methods of Content Analysis. *West European Politics* 34 (6), s. 1272–1283.

Rooduijn, Matthijs – , L de Lange, Sarah – van der Brug, Wouter (2012). A populist Zeitgeist? Programmatic contagion by populist parties in Western Europe. *Party Politics*, s. 1–20.

Rooduijn, Matthijs (2014). The Nucleus of Populism: In Search for the Lowest Common denominator. *Government and Opposition* 49(4), s. 572–598.

Roxborough, Ian (1984). Unity and Diversity in Latin American History. *Journal of Latin American Studies* 16 (1), s. 1–26.

Schedler, Andreas (1996). Anti-Political-Establishment Parties. *Party Politics* 2 (3), 291–312.

Scherer, Helmut (2004). Úvod do metody obsahové analýzy. In: Schulz, Winfried a kol., *Analýza obsahů mediálních sdělení* (Praha: Karolinum), s. 29–50.

Školka, Andrej (2000). Populism in Central Eastern Europe. *IWM Junior Visiting Fellows Conferences* 9 (11), s. 1–23.

Stanley, Ben (2008). The thin ideology of populism. *Journal of Political Ideologies*, 13(1), s. 95–110.

Taggart, Paul (2000). *Populism* (Buckingham: Open University Press).

Taguieff, Pierre-André (1995). Political Science Confronts Populism: From a Conceptual Mirage to a Real Problem. *Telos* 103, 9–44.

van Kessel, Stijn (2014). The populist cat-dog: applying the concept of populism to contemporary European party systems. *Journal of Political Ideologies* 19 (1), 99–118.

Weyland, Kurt (2001). Clarifying a Contested Concept. Populism in the Study of Latin American Politics. *Comparative Politics* 34 (1), 1–22.

Internetové zdroje

Aktuálně.cz (2013) *Předčasné volby do Poslanecké sněmovny 2013*. 23. 8. 2013 (<https://www.aktualne.cz/wiki/domaci/predcasne-volby-do-poslanecke-snemovny-2013/r~i:wiki:3882/>, 20. 3. 2020).

ANO (2017). Nikdy nepřestanu bojovat proti politickým blábolům!. *YouTube*, 19. 9. 2017 (<https://www.youtube.com/watch?v=FarfwwGGb70>, 20. 3. 2020).

ANO, bude líp (2017a). *Ted' nebo nikdy. Ten jediný program, který potřebujete*. 3. 9. 2017 (<https://www.anobudelip.cz/cs/makame/aktuality/novinky/ted-nebo-nikdy-35720.shtml>, 17. 3. 2020).

ANO, bude líp (2017c). Spravedlnost. *Program hnutí ANO pro volby do Poslanecké sněmovny 2017*, 3. 9. 2017 (<https://www.anobudelip.cz/file/edee/2017/09/program-hnuti-ano-pro-volby-do-poslanecke-snemovny.pdf>, 21. 3. 2020).

ANO, bude líp (2017d). Vnější bezpečnost a obrana země. *Program hnutí ANO pro volby do Poslanecké sněmovny 2017*, 3. 9. 2017 (<https://www.anobudelip.cz/file/edee/2017/09/program-hnuti-ano-pro-volby-do-poslanecke-snemovny.pdf>, 21. 3. 2020).

ANO, bude líp (2017e). Školství. *Program hnutí ANO pro volby do Poslanecké sněmovny 2017*, 3. 9. 2017 (<https://www.anobudelip.cz/file/edee/2017/09/program-hnuti-ano-pro-volby-do-poslanecke-snemovny.pdf>, 21. 3. 2020).

ANO, bude líp (2020a). *Jsme hnutí ANO. Nelžeme, nekrademe a pracujeme pro vás* (<https://www.anobudelip.cz/cs/o-nas/par-slov-o-ano/>, 20. 3. 2020).

ANO, bude líp (2020b). *Výzva ANO 2011* (<https://www.anobudelip.cz/file/edee/ke-stazeni/ostatni/ano-vyzva-ano.pdf>, 20. 3. 2020).

Babiš, Andrej (2017a). *O čem sním, když náhodou spím* (<https://www.anobudelip.cz/file/edee/2017/o-cem-snim-kdyz-nahodou-spim.pdf>, 23. 3. 2020).

Babiš, Andrej (2017b). Nejdůležitější téma voleb? Čapí hnízdo!. *Facebook*, 7. 10. 2017 (<https://www.facebook.com/AndrejBabis/videos/vb.214827221987263/1075425309260779/?type=2&theater>, 21. 3. 2020).

Babiš, Andrej (2017c). Jak asi dnes ví úplně každý v této zemi, v těchto říjnových volbách do Poslanecké sněmovny jde o všechno Jsou to úplně nejdůležitější volby v dějinách České republiky. *Facebook*, 4. 10. 2017 (https://www.facebook.com/AndrejBabis/posts/1056854944451149?__tn__=-R, 29. 3. 2020).

Babiš, Andrej (2017d). Čau lidi, jak to jde? Já jsem dost naštvanej. Určitě se k vám už donesla ta nejnovější prasárna ČSSD. *Facebook*, 8. 10. 2017 (<https://www.facebook.com/AndrejBabis/photos/a.324695871000397/1076360892500554/?type=3>, 21. 3. 2020).

Babiš, Andrej (2017e). Čau lidi, počasí vyšlo minulý týden parádně a bylo vidět, že spousta z vás pookřála, dokonce padla i věta: “Můžu vám dát pusu?”. *Facebook*, 2. 10. 2017 (<https://www.facebook.com/AndrejBabis/photos/a.324695871000397/1072502629553047/?type=3>, 21. 3. 2020).

Babiš, Andrej (2017f). Nikdy nepřestanu bojovat proti politickým blábolům!. *Facebook*, 19. 9. 2017 (<https://www.facebook.com/watch/?v=1063655287104448>, 20. 3. 2020).

Babiš, Andrej (2017g). Zdravím všechny Čechy v zahraničí!. *Facebook*, 20. 10. 2017 (<https://www.facebook.com/watch/?v=1083616728441637>, 29. 3. 2017).

Babiš, Andrej (2017h). Poslal jsem Vám dopis. *Facebook*, 16. 10. 2017 (<https://www.facebook.com/AndrejBabis/videos/1081013792035264/>, 20. 3. 2020).

Brešťan, Robert (2018). Kauza lithium, loupež za bílého dne bez zločinců a poškozených. Těžba se stále nekoná. *Hlídací pes.org Žurnalistika ve veřejném zájmu*, 18. 10. 2017 (<https://hlidacipes.org/kauza-lithium-loupez-za-bileho-dne-bez-zlocincu-a-poskozenych-tezba-se-stale-nekona/>, 20. 3. 2020).

Český statistický úřad (2017a). Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 25.10 – 26. 10 2017. *VOLBY.CZ*. (<https://volby.cz/pls/ps2013/ps2?xjazyk=CZ>, 16. 3. 2020).

Český statistický úřad (2017b). Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 20.10. – 21.10.2017 (promítnuto usnesení NSS). *VOLBY.CZ*. (<https://volby.cz/pls/ps2017nss/ps2?xjazyk=CZ>, 29. 3. 2020).

Český statistický úřad (2018). Volby do Senátu Parlamentu ČR konané dne 12.10. – 13.10.2012. *VOLBY.CZ*. (<https://www.volby.cz/pls/senat/se1111?xjazyk=CZ&xdatum=20121012&xv=1&xt=2>, 20. 3. 2020).

Český statistický úřad (2014). Volby do Evropského parlamentu konané na území České republiky ve dnech 23.05. – 24.05.2014. *VOLBY.CZ*. (<https://volby.cz/pls/ep2014/ep11?xjazyk=CZ>, 20. 3. 2020).

Česká televize (2017a). *Politický marketing fungoval Babišovi, Pirátům i SPD. ČSSD si uškodila, tvrdí experti.* 25. 10. 2017 (<https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2283748-politicky-marketing-fungoval-babisovi-piratum-i-spd-cssd-si-uskodila-tvrdi-experti>, 17. 3. 2020).

Česká televize (2017b). *Babiš skončil na ministerstvu, Agrofert si ale zatím zpět nevezme.* 24. 5. 2017 (<https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2129463-babis-skoncil-na-ministerstvu-agrofert-si-ale-zatim-zpet-nevezme>, 20. 3. 2020).

Česká televize (2017c). *Přehledně: Deset bodů, které objasňují kauzu Čapí hnízdo.* 7. 9. 2017 (<https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2227741-prehledne-deset-bodu-ktere-objasnuji-kauzu-capi-hnizdo>, 20. 3. 2020).

Česká televize (2017d). *50 milionů pro Čapí hnízdo – dotační podvod, nebo jen cílená kampaň?* 10. 8. 2017 (<https://ct24.ceskatelevize.cz/node/2207311>, 21. 3. 2020).

Česká televize (2017e). *ANO dostalo pokutu 31 tisíc za Babišovu předvolební knihu.* 23. 11. 2017 (<https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2311876-ano-dostalo-pokutu-31-tisic-za-babisovu-predvolebni-knihu>, 21. 3. 2020).

Česká televize (2018). *Češi jsou vůbec největší odpůrci eura v Evropě. Paradoxně mu však věří a platí jím rádi.* 10. 7. 2018 (<https://ct24.ceskatelevize.cz/ekonomika/2533318-cesi-jsou-vubec-nejvetsi-odpurci-eura-v-evrope-paradoxne-mu-vsak-veri-a-plati-jim>, 29. 3. 2020).

Český rozhlas (2017a). *Sobotkova vláda: superúředník, zemětřesení v policii, lex Babiš, EET, protikuřácký zákon i spory s Hradem.* 29. 11. 2017 (https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/demise-vlada-bohuslav-sobotka-casova-osa-andrej-babis-eet-hrad_1711291619_haf, 20. 3. 2020).

Český rozhlas (2017b). *Jak Paroubek svrhl Topolánka. Pád české vlády v roce 2009 slyšeli až v Bruselu.* 12. 10. 2017 (<https://radiozurnal.rozhlas.cz/jak-paroubek-svrhl-topolanka-pad-ceske-vlady-v-roce-2009-slyseli-az-v-bruselu-6200919>, 28. 3. 2020).

Český rozhlas (2017c). *Řada faktů, ale i dojmy, nepravdy a opsaný článek. Babišova kniha pod 'rentgenem' analytiků.* 31. 7. 2017 (https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/rada-faktu-ale-i-dojmy-nepravdy-a-opsany-clanek-babisova-kniha-pod-rentgenem_1707311905_rez, 28. 3. 2020).

iDNES.cz (2005). *Vláda je podepsaná, Gross podal demisi.* 25. 4. 2005 (https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/vlada-je-podepsana-gross-podal-demisi.A050425_080252_domaci_jpl, 28. 3. 2020).

iDNES.cz (2017a). *Poslanci přehlasovali veto u „lex Babiš“. Je to podraz, reagoval šéf ANO.* 11. 1. 2017 (https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/primy-prenos-lex-babis-stret-zajmu.A170111_084401_domaci_jj, 20. 3. 2020).

iDNES.cz (2017b). *Babiš odmítl podvod s dluhopisy, Sobotka jeho zprávu označil za pamflet.* 24. 4. 2017 (https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/babis-ke-kauze-korunovych-dluhopisu.A170424_142159_domaci_kop, 20. 3. 2020).

iDNES.cz (2017c). *Poslanci po hodinách debat požádali vládu o zneplatnění memoranda o lithiu*. 16. 10. 2017 (https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/lithium-mimoradne-jednani-poslanecka-snemovna-kscm.A171013_160800_domaci_fer, 20. 3. 2020).

Krajské listy (2017). *'Buldozer' Paroubek a 'chlap s gulema' Topolánek. Skandály nového tisíciletí a jejich dozvuky v dnešní době... Co říkáte, pane Dalíku?*. 29. 7. 2017 (<https://www.krajskelisty.cz/praha/17264-buldozer-paroubek-a-chlap-s-gulemi-topolanek-skandaly-noveho-tisicileti-a-jejich-dozvuky-v-dnesni-dobe-co-rikate-pane-daliku.htm.htm>, 28. 3. 2020).

Luebering, J. E. (2020). Nikolay Konstantinovich Mikhaylovsky. *Encyclopaedia Britannica*. 6. 2. 2020 (<https://www.britannica.com/biography/Nikolay-Konstantinovich-Mikhaylovsky>, 11. 3. 2020).

Michl, Petr (2019). Infografika: Sociální sítě v Česku v roce 2019. *Focus agency, s. r. o.* 8. 11. 2019 (https://www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/infografika--socialni-site-v-cesku-v-roce-2019__s288x14828.html, 11. 3. 2020).

Ministerstvo vnitra České republiky (2020). *Rejstřík politických stran a politických hnutí* (https://aplikace.mvcr.cz/seznam-politickych-stran/Vypis_Rejstrik.aspx?id=368, 20. 3. 2020).

Mudde, Cas (2019a). Expert na populismus: Krajní pravice je silnější, než kdy byla, ale my se tváříme, že je téměř poražena. *Český rozhlas*, 29. 5. 2019 (https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/nizozemsky-politolog-cas-mudde-populismus-krajni-pravice-evropska-unie-donald_1905291321_cha, 16. 3. 2020).

Mudde, Cas (2019b). Cas Mudde: "Populism is a thin-centered ideology". *Ufficio stampa*, 31. 5. 2019 (<https://www.ufficiostampa.provincia.tn.it/Comunicati/Cas-Mudde-Populism-is-a-thin-centered-ideology>, 16. 3. 2020).

Newton Media (2019). Jak pravdu a lásku vystřídalo ANO, bude líp. Třicet let nálepkování v českých médiích. *Hlídací pes.org Žurnalistika ve veřejném zájmu*, 21. 11. 2019 (<https://hlidacipes.org/jak-pravdu-a-lasku-vystridalo-ano-bude-lip-tricet-let-nalepkovani-v-ceskych-mediich/>, 20. 3. 2020).

Novinky.cz (2017). *Češi se bojí uprchlíků, terorismu a vlastních nemocí*. 9. 2. 2017 (<https://www.novinky.cz/domaci/clanek/cesi-se-boji-uprchliku-terorismu-a-vlastnich-nemoci-40024003>, 29. 3. 2020).

Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky (2020). *Poslanecký klub ANO 2011* (<https://www.psp.cz/sqw/hp.sqw?k=5700>, 20. 3. 2020).

Růžička, Daniel (2020). Měsíc československo-sovětského přátelství Příklad oficiálních hesel k 56. výročí VŘSR a k Měsíci československo-sovětského přátelství. *TOTALITA.CZ* (http://www.totalita.cz/vysvetlivky/mcsp_03.php, 21. 3. 2020).

Soukeníková, Eva – Vích, Filip (2019). Kauza Nečas a Nagyová pomohla Babišovi, některé jejich odposlechy se zveřejňovat neměly, říká Kundra. *Seznam Zprávy*, 13. 11. 2019 (<https://www.seznamzpravy.cz/clanek/kauza-necas-a-nagyova-pomohla-babisovi-nektere-jejich-odposlechy-se-zverejnovat-nemely-rika-kundra-82112>, 20. 3. 2020).

TNCZ (2017). *Půjdou muži znovu na vojnu? Politici přemýšlí o povinné službě*. 22. 1. 2017 (<https://tn.nova.cz/clanek/pujdou-chlapci-znovu-na-vojnu-politici-premysli-o-povinne-sluzbe.html>, 29. 3. 2020).

Transparency International (2018). *Politické kampaně na Facebooku se zostřují – v dobrém i špatném smyslu*. 17. 10. 2018 (<https://www.transparency.cz/politicke-kampane-na-facebooku-se-zostruji-v-dobrem-i-spatnem-smyslu/>, 28. 3. 2020).

Vláda České republiky (2020). *Vláda Bohuslava Sobotky (29.01.2014 - 13.12.2017)* (<https://www.vlada.cz/cz/clenove-vlady/historie-minulych->

vlad/prehled-vlad-cr/1993-2013-cr/bohuslav_sobotka/prehled-clenu-vlady-bohuslava-sobotky-29-01-2014---trva-124534/, 20. 3. 2020).

RESUMÉ

This Bachelor thesis deals with the identifying the populist manifestation in the political movement ANO 2011. The theoretical part discusses the theory of populism from different points of view. The theoretical part deals with the analysis signs of populism, people and elite as a homogenous entity, the antagonistic relationship between the people and the elites, the celebration of the people as a moral sovereign and proclamation of crisis. The analytical part deals with the analysis of ANO's pre-election political communication in the parliamentary election in 2017. Based on the abovementioned four criterions of populism selected materials from three platform (election programme, Facebook and Andrej Babiš's book *O čem sním, když náhodou spím*) was analysed. The presence of the defining four criterions of populism in ANO's political communication shows populist manifestation in the specified time period.