

Abstrakt

Cieľom tejto záverečnej práce bola analýza populizmu v kontexte transformácií českej straníckej politiky a zistenie, do akej miery je populizmus využívaný v procese politickej komunikácie českými politickými stranami a hnutiami v ich volebných programoch. Predmetom nášho výskumu boli tie politické subjekty, ktoré vo voľbách splnili 5% podmienku volebnej klauzuly. Konkrétne zisťovaná bola odpoveď na otázku, ako veľmi je populizmus využívaný celkovo, a porovnanie dosiahnutých úrovní v štyroch analyzovaných obdobiach, konkrétne v rokoch 2010, 2013, 2017 a 2021. Ďalej bolo zisťované, či tento typ politickej komunikácie využívajú iba populistickí aktéri, alebo sa k nemu uchýľujú aj politické subjekty, ktoré všeobecne považované za populistické nie sú. Skúmané boli volebné programy metódou computer-based obsahovej analýzy, založenej na apriori slovníku operacionalizujúcom populizmus do troch dimenzií: antielitizmu, ľudocentrizmu, a Manichejského dualistického pohľadu. Výsledky analýzy hovoria o najrozšírenejšom využívaní tohoto typu komunikácie v období predčasných volieb v roku 2013, odkedy hodnoty mierne klesali. Populizmus vo svojej komunikácii využívali všetky strany a hnutia, zistené boli výrazné rozdiely vo frekvencii ich využitia. V niektorých prípadoch išlo o veľmi nízke namerané hodnoty, napríklad pri ODS či KDU-ČSL. Naopak najpopulistickejšie sa ukázali Veci verejné, Úsvit a SPD. Spomedzi troch dimenzií bolo preukázané najčastejšie využívanie dimenzie antielitárskej rétoriky, avšak rok 2017 znamenal najčastejšie využívanie rétoriky zameranej na utláčanie ľudu, vôľu ľudu, či presadzovanie priameho rozhodovania občanmi prostredníctvom referendum. Napriek najnižším dosiahnutým hodnotám populizmu v posledných voľbách do PS PČR to však neznamená porážku populizmu v českej straníckej politike, pretože v prípade krízových období môže v budúcnosti dôjsť k opätovnému rozšíreniu tohoto fenoménu v politickom poli.