

Antimediálny populizmus ako vynárajúca sa diskurzívna formácia politickej komunikácie

Michal Bočák 

Abstract

Anti-Media Populism as an Emerging Discursive Formation of Political Communication. *In the past, politicians criticized the media mostly in specific situations. Currently, populist politicians are verbally attacking the mainstream media systematically to delegitimize them. Due to its specificity and pervasiveness, anti-media populism can be understood as an emerging discursive formation. After an overview of anti-media terms (populism, discourse, sentiment, and criticism), the study differentiates between media populism and anti-media populism and presents the main manifestations of the latter. The anti-media discursive formation is analysed especially with regard to its contradictions (the populists' use of mainstream media, attacks on the media even from government positions after successful elections), it is delimited from other formations, and its dispositive overlaps are outlined. The examination of this new discourse allows for a better understanding of the position of the media in contemporary societies and a more precise understanding of the populism itself.*

<https://doi.org/10.53465/JAP.2025.9788022552806.15-27>

Keywords: anti-media populism, populism, media, discourse, political communication.

Kľúčové slová: antimediálny populizmus, populizmus, médiá, diskurz, politická komunikácia.

Od izolovaných protimediálnych postojov k osobitnému diskurzu

V ostatnom období sa v mnohých krajinách zo strany politických subjektov znižujú a zosilňujú protimediálne vyjadrenia alebo, expresívnejšie formulované, verbálne útoky na médiá, žurnalistiku či konkrétne žurnalistické/mediálne subjekty. Mohlo by sa zdať, že nejde o jav nový; rôzne výhrady voči tomu, ako médiá informujú o aktuálnom dianí, predsa politici a političky (vrátane demokratických) prezentujú oddávna (porov. napr. Jo-

nes & Sun, 2017: 1340n.). Avšak dosiaľ šlo skôr o prejavy niečej či už jednorazovej, alebo aj súvislejšej, no predsa len individuálnej averzie k médiám (napr. subjektívne vnímanie určitej mediálnej reprezentácie ako neuspokojivej či manipulatívnej).

V súčasnosti však už proti médiám neraz mieria nielen izolované výpovede, ale ucelená *rétorika* určitých politikov/čiek či politických strán a hnutí, najmä populisticky alebo/a krajne politicky profilovaných. V dobe šírenia populizmom výdatne podporovaného antisystémového sentimentu, keď sa vymedzovanie sa voči politickému establišmentu a mediálnemu mainstreamu šíri z politických okrajov do politického stredu, „niektorí politici využívajú kritiku médií *strategicky*“ nie v záujme o skvalitnenie žurnalistiky, ale „na ovplyvnenie vnímania médií občanmi“ (Egelhofer, et al., 2021: 655; kurzíva v origináli). Cieľom je paušálne znevažovanie, delegitimizácia médií, presnejšie však médií mainstreamových, obzvlášť kritických. A spomedzi foriem útočenia na médiá „[p]ráve slovné útoky poskytujú [...] nízkonákladový a ľahko využiteľný nástroj“ (Solis, & Sagarzazu, 2020: 20). Doplníme, že v ére chápania politickej komunikácie ako tvrdého boja s právom vysloviť bez následkov čokoľvek, aj nástroj zdanlivo neškodný.

Van Dalen (2019: 2717), vychádzajúci z ponímania politiky a žurnalistiky ako osobitných sociálnych inštitúcií, vysvetľuje, že vymedzovanie sa voči médiám pramení z rozštiepenia politiky na insiderov a outsiderov, no zároveň rozštiepenia médií na mainstreamových, tradičnú žurnalistiku a alternatívne médiá. K spochybňovaniu legitimacy mainstreamových médií dochádza nielen zo strany outsiderských politikov, ale aj alternatívnych médií. Mainstreamové médiá sú tak delegitimizované z viacerých strán, neraz dokonca koordinovane (viac aj Carlson, Robinson, Lewis 2020: 2). Sám Van Dalen v závere citovanej štúdie vyslovuje predpoklad, že vzťahy vzájomného rešpektu a podporovania, existujúce medzi aktérmi mainstreamovými, sa budú rozvíjať aj medzi subjektmi outsiderskými a podobne ako outsiderské politiky zvyknú konštruovať svoju identitu (aj) na úkor mainstreamových médií, „[o]utsiderské médiá by mohli posilniť svoju vlastnú pozíciu delegitimizáciou mainstreamových politikov“ (Van Dalen, 2019: 2723).

Aktuálne podoby verbálneho útočenia na médiá sa teda z foucaultovského hľadiska (Foucault, 2002) vzhľadom na svoju pervazívnosť (všadeprítomnosť) a evidentné pravidelnosti v tom, ako formujú predstavu o médiách a ich fungovaní v súčasných spoločnostiach, javia ako špecifická vynárajúca sa forma diskurzivity, čiže relatívne súdržná množina výpovedí, resp. pravidiel vypovedania. Jej zákonitosti sa tiež premietajú do mimodiskurzívnej praxe. Preskúmanie antimediálneho (populistického) diskurzu umožňuje lepšie porozumieť spoločenskej pozícii médií a spresňuje chápanie samotného populistického diskurzu.

Aktuálny stav terminológie v skúmanej oblasti

V posledných niekoľkých rokoch sa v odborných zdrojoch čoraz častejšie objavuje skúmanie výpovedí a akcií politických subjektov zameraných proti médiám, ktoré sa najčastejšie, hoci nie bezpodmienečne, viažu na populistické politiky a zvyknú sa spájať predovšetkým s politickým komunikovaním krajnej pravej v tzv. alternatívnych médiách (napr. Figenschou & Ihlebæk, 2019).

V tejto súvislosti sa pomerne dynamicky formujú príslušné koncepty a ustanovujú pomenovania. Možno sa stretnúť s rôznymi termínmi, ktoré v striktnejšom zmysle odkazujú na pojmy dištinktívne, no prekrývajúce sa:

- *anti-media populism* – antimedialný populizmus, v angličtine častejšie písané so spojovníkom, no v niektorých publikáciách, vrátane zásadných, aj bez neho (napr. Hameleers, 2018; Fawzi & Krämer, 2021; Panievsky, 2021);
- *anti-media discourse(s)* – antimedialný diskurz (napr. Jagers & Walgrave, 2007; Mazzaro, & 2023);
- *anti-media sentiment(s)* – antimedialný sentiment, možno prekladať aj ako protimedialne (spoločenské) nálady, protimedialne postoje verejnosti a pod. (napr. Bhat & Chadha, 2020; Egelhofer et al. 2021);
- *anti-media criticism* – protimedialna kritika, resp. voľnejšie kritika zameraná voči médiám (napr. Jontes & Vehovar, 2024: 6).

Navyše, niektoré/i autorky a autori (napr. Carlson et al., 2020; Shin et al., 2021) v uvedených združených pomenovaniach miesto slova *media* uprednostňujú slovo *press* (tlač) ako staršie univerzálne pomenovanie pre médiá, sporadicky i slovo *journalism* (žurnalistika). Odlišné termíny *anti-press* (protitlačový) či *anti-journalism* (protižurnalistický/protinovinársky) však majú spravidla rovnaký, či aspoň podobný obsah.

Orientačné preskúmanie výskytu variantov fráz vyhl'adávaním v databáze Google Scholar (k 20. 8. 2025) poukázalo na najčastejšie využívanie adjektíva *anti-media* (z toho väčšina so spojovníkom), a to vo väzbe so všetkými substantívami (*populism*, *discourse*, *sentiment*) v ich singulárovej, zavše i plurálovej podobe (druhá, pochopiteľne, prevažovala pri slove *sentiments*). Adjektívum *anti-press* sa vyskytovalo hlavne v spojení s *discourse*, o polovicu menej so *sentiment/-s* a skoro vôbec s *populism*. Adjektívum *anti-journalism* bolo len okrajové, skôr viazané na substantívum *sentiment/-s*, ktoré má najvšeobecnejší význam a poväčšine neterminologický status. Opísaná sonda aj vzhľadom na povahu textov indexovaných v Google Scholar nie je reprezentatívna, no do istej miery dotvára obraz

o aktuálnom používaní analyzovaných pomenovaní a umožňuje v skúmanej oblasti isté terminologické predikcie.

Adjektívum *anti-media* možno prekladať do slovenčiny ako *antimediálny* aj *protimediálny*. Variant *antimediálny* uprednostňujem jednak v záujme zjavnej kompatibility s terminológiou v angličtine, jednak s oporou o analógiu s už zaužívaným adjektívom *antisystémový*, prevažujúcim pred tvarom *protisystémový* (porov. aj používanie profesionalizmu/publicizmu *antisystém*, no nie *protisystém*). Pri variantoch so základom *tlačový* či *novinársky/žurnalistický* však vidno, že slovenský variant s predponou *proti-* môže v niektorých kombináciách pôsobiť prirodzenejšie. Dá sa teda očakávať terminologická variantnosť výrazov *antimediálny* a *protimediálny*.

Pojmy mediálneho/antimediálneho populizmu

Pojem antimediálneho populizmu možno považovať za odnož uvažovania o mierne staršom koncepte mediálneho populizmu. O ňom sa píše asi posledné štvrtstoročie, no pre ďalšie uvažovanie sú najzaujímavejšie práce Krämera, v štúdiu ktorého sa termín *anti-media populism* vrátane pojmového (objektového, analytického) rozpracovania objavuje podľa všetkého po prvýkrát (Krämer, 2018; porov. Fawzi & Krämer, 2021: 3293).¹

Termínom *mediálny populizmus* sa označuje transformácia logiky (určitých) médií na populistickú. Nemusia to teda byť iba populistickí politici, ktorí by do inak „nevinných“ médií vnášali populistické formy ako sebe príznačné politické vyjadrenie, ale premieňajú sa diskurzívne rámce samotných médií. V podobných súvislostiach používa pomenovanie napr. už Mazzoleni (2003; cituje ho aj Krämer, 2023: 79), hoci ešte skôr náčrtovo a viackrát „opatrne“, v úvodzovkách.

Krämer (2014: 48) pojem najvšeobecnejšie definuje ako „využívanie [populistických] štylistických and ideologických prvkov niektorými médiami“ a ako príklady konkrétnejších mediálnych sfér so značným stupňom populistickej prezentácie uvádza:

1. tabloidnú žurnalistiku s jej dištancovaním sa od elít a zaujímaním idealizovanej perspektívy bežných ľudí, normatívnym konštruovaním komunity („my“), konkretizáciou a vizualizáciou ako typickými reprezentačnými formami či ideologicky nekonzistentným kampanovitým (ostentatívne angažovaným) spracúvaním sociálnych problémov;

¹ V totožnom roku sa vyskytuje aj v štúdiu Hamleersa (2018), odvolávajúcej sa na o čosi staršiu, všeobecnejšiu stať Krämera (2014) o mediálnom populizme.

2. pôvodne americký rozhlasový (a dnes iste i podcastový) formát *talk radio* s „charizmatickými“ moderátormi situujúcimi sa mimo štandardnej politiky (resp. nad ňu), no zároveň zaujímajúcimi jasné politické stanoviská, zvyčajne podporujúce „zdravý (sedliacky) rozum“, legitimizujúce sa simulovane bezprostrednými, no dramaturgicky starostlivo usmerňovanými poslucháčskymi reakciami a vysokou počúvanosťou (Krämer, 2014: 49-51).

V novšej práci potom Krämer (2018: 453) sumarizuje, že medzi (mainstreamovými) médiami a populistickými aktérmi sa v princípe črtajú tri druhy vzťahov:

- populisti môžu médiá strategicky využívať, aj napriek obvyklým výhradám k ich fungovaniu,
- samotné médiá môžu byť populisticky naformátované, komunikovať s využívaním populistických rámcov (ako to autor ukazuje na predchádzajúcich dvoch príkladoch),
- populisti aj širšia verejnosť môžu médiá odmietať, lebo podľa nich predstavujú elity, ktoré v rôznych významoch slova nereprezentujú ľud.

Práve posledné stanovisko označuje Krämer ako *antimediálny populizmus*. Možno ho konceptualizovať ako konkrétnu pozíciu či diskurzívnu stratégiu politikov, spočívajúcu v delegitimizácii mainstreamových (mas)médií, ktorá sa vyznačuje niektorými alebo viacerými charakteristikami populizmu, napr. performatívnym antielitizmom, diskurzívnou antagonizáciou a homogenizáciou sociálnych skupín (nadväzujúc na všeobecné črty populizmu v Mudde, 2004).

V analýze populistických diskurzov boli ako jedny z elit pomerne skoro identifikované práve médiá. Už napr. Jagers a Walgrave (2007) v štúdií o populizme ako štýle politickej komunikácie vytyčujú tri typy elit tvoriacich „terče“ antisystémovej rétoriky – politiku, štát, médiá. Podobne podľa Hamelaersa (2018) analýzy populistických komunikátorov zvyknú rozlišovať populizmy (okrem iného) na základe konštruovania vertikálneho ohrozenia „bežných ľudí“, reprezentujúcimi v diskurze „nás“ (čiže *in-group*), rôznymi skupinami, ktoré v diskurze predstavujú „ich“ (čiže určitú *out-group*). Takéto populizmy sa koncentrujú okolo odporu voči štyrom druhom elit: 1. politickému establišmentu, 2. ekonomickým elitám, 3. expertom alebo 4. médiám. V Hamelaersovom návrhu systematiky foriem populizmu je teda antimediálny populizmus založený na predstave symbolickej moci zhora pôsobiacich masových (tradičných, mainstreamových) médií. Dodajme, že v populistickom (a/alebo konšpiračnom) vnímaní médií sa neraz konštruuje či zvýznamňuje prekryv s ďalšími druhmi elit (politickými, ekonomickými, expertnými).

Antimediálny populizmus môžeme označiť za „typ populizmu“ (Panievsky, 2021: 809), či dokonca „subžáner populizmu“ (Panievsky, 2021: 810); pri druhom z autorkiných označení, pravdaže, len v širokom, neterminologickom chápaní žánru v angličtine (druh, kategória či štýl), nie v jeho omnoho užšom lingvistickom vymedzení, preferovanom u nás. Možno naň nahliadať ako na „formu kritiky alebo nepriateľstva“ deklarujúcu väzby médií na establišment a disfunkčnosť médií (Fawzi & Krämer, 2021: 3292-3293), pričom citovaná autorská dvojica ho konkrétne definuje aj ako „súbor postojov, ktoré ponímajú novinárov ako súčasť zlej, vlastným záujmom slúžiacej elity, odtrhnutej od ľudí a nedbajúcej na ich záujmy“ (Fawzi & Krämer, 2021: 3306).

Mazzaro uvažuje o *antimediálnom diskurze* ako o širšej kategórii, ktorá okrem populistického antielitizmu „zahŕňa aj prípady, keď politici/čky znevažujú médiá z iných dôvodov než väzby na elity, ako napríklad ich údajné neetické správanie, priemernosť alebo nemravnosť“ (Mazzaro, 2023: 472).

Prejavy antimediálneho populizmu

Van Dalen (2019) najskôr s oporou o odbornú literatúru identifikuje päť spôsobov konštrukcie legitimacy inštitúcií, aby ich negáciou vzápätí určil „päť stratégií, ktoré outsiderské politici používajú na delegitimizáciu mainstreamových žurnalistov“:

1. útočenie na individuálny charakter novinárky či novinára,²
2. delegitimizácia médií spájaním s inými inštitúciami, ktorých legitimita už je v rámci populistického diskurzu spochybňovaná,
3. (paradoxné) odvolávanie sa na etické štandardy samotnej žurnalistiky a poukazovanie na ich nedodržiavanie,
4. spochybňovanie práce médií v záujme verejnosti, vyhlasovanie, že novinári/médiá „neslúžia ľuďom“,
5. spochybňovanie prínosu médií pre verejné blaho (Van Dalen, 2019: 2719-2722).

Nærland, ktorý sa usiluje uchopiť antielitistické a protimediálne občianske postoje „zdola“, pripomína, že v konkrétnom populistickom projekte s jeho špecifickým vzťahom k médiám, ako aj v konkrétnych rámcoch tohto ktorého politického a mediálneho systému či v závislosti od ďalších faktorov vrátane individuálnych „môže antimediálny populizmus nadobúdať rôz-

² „Menovaním reportérov alebo moderátorov pripisujú politici individuálnu zodpovednosť za vnímané pochybenia v objektivite, separujúc konanie novinárov od organizačnej a profesionálnej kultúry, v ktorej pôsobia“ (Orchard & Fergnani, 2024: 12).

ne podoby, rôzne smerovanie, alebo vôbec nemusí byť [jeho] najnápadnejšou súčasťou“ (Nærland, 2023: 3095). Určite sa to netýka len (potenciálneho) využívania jednotlivých diskurzívnych stratégií načrtnutých Van Dalenom, ale aj selektovania a kombinovania uvedených a ďalších prostriedkov z paradigmy, ktorú môžeme s Bhatom a Chadhou (2020: 12) označiť ako *diskurzívny repertoár* antimedialného populizmu.

Krämer (2018: 453) poznamenáva, že antimedialne postoje sa nemusia vzťahovať len na žurnalistickú tvorbu, ale aj na iné oblasti medialnej produkcie. Vhodným príkladom kritizovanej nežurnalistickej produkcie sú oblasti fiktívnej televízie či *reality TV*, ktoré takisto bývajú obviňované z nadči podprezentovania určitých tém či identít, do čoho sa neraz projektuje údajný záujem elít. Napríklad krajnepravicové subjekty bežne vysvetľujú kvantitatívny nárast reprezentovania queer tém, identít alebo komunit práve s oporou o (nimi konštruované) záujmy liberálnych/progresívnych elít.

Diskurzívne poňatie antimedialného populizmu

K diskurzívnej formácii

Už v úvode som naznačil, že na antimedialný populizmus možno nazerať ako na novú, svojbytnú diskurzívnu formáciu, pretože evidentne ide o usúvzťažnený súbor výpovedí, ktoré v súčasnosti jedinečným spôsobom formujú predstavu o médiách. Zároveň je zrejmé, že sa dá považovať za špecifikáciu už existujúceho diskurzu populizmu. Zachováva totiž podobnú logiku, avšak konkretizuje ju vzhľadom na určitú sociálnu oblasť/inštitúciu.

Podľa Muddeho (2004: 543-544) je základom populizmu antagonistické vnímanie elity a ľudu, ktoré je navyše – ako to pri binárnych opozíciách štruktúrujúcich ideológie býva – vykladané normatívne. To znamená, že elity a ľud nielenže sú v striktnom protiklade, ale populizmus sa jasne vyslovuje aj o charaktere oboch pozícií. Preto Mudde opisuje populizmom objektifikovanú elitu ako „skazenú“ (*corrupted*), zatiaľ čo ľud ako „čistý“ (*pure*), pričom obidve sprotikladnené množiny sú považované za homogénne. Ako ideológia má však populizmus v porovnaní s komplexnejšími ideológiami len „štíhle“ jadro (je, ako píše autor, *thin-centred*). Táto „štíhlosť“, „vyziabnutosť“ či „zriedenosť“ populizmu predstavuje potenciál jeho kombinovania s inými, „plnšími“ ideológiami (Mudde, 2004: 544), no istotne je aj systémovým východiskom jeho mutovania, vzniku rôznych odnoží, ktoré sa napr. vymedzujú voči konkrétnemu typu elít.

Antimedialný diskurz aplikuje všeobecné princípy populizmu na fungovanie médií. Jeho „antimedialnosť“ ani nemôže pôsobiť izolovane – podob-

ne ako pri *byť za ľudí* či *hovoriť v mene ľudí*, sotva by niekto (napr. u voličstva) uspel výlučne tým, že by *bol proti médiám*. Keď niekto artikuluje protimedialne postoje, spravidla invokuje základný populistický rámec, resp. aj konkrétnejšie ideologické východiská, ktoré Muddem identifikovanú „riedkosť“ ideologického jadra „zahusťujú“. Teda, podobne ako populizmus vo všeobecnosti, vyplňa svoju principiálnu prázdnosť obsahom iných politických ideológií.

Diskurzívne formácie sú celkovo omnoho heterogénnejšie, než by sa na prvý pohľad zdalo (Foucault, 2002: 57). Nie sú koherentné, práveže sú pre ne príznačné rozpory (Foucault, 2002: 226n.). V analýze diskurzu sa tak treba sústreďovať na ruptúry a diskontinuity, okrem iného preto, že práve ony sú pozíciami nestability, v ktorých dochádza k transformáciám diskurzov. V tejto súvislosti je zvlášť užitočné aj Foucaultovo pozorovanie, že diskurzívne formácie zahrnujú aj pravidlá vlastných mutácií a transformácií, čiže samy stanovujú podmienky, za ktorých môžu byť obmieňané či pretvárané. Diskurzívna prax pritom dokáže „vstrebať“ viacero mutácií bez toho, že by sa sama destabilizovala. (Foucault, 2002: 114-115). Z načrtnutej perspektívy sú pozoruhodné najmä dva momenty.

Jedným z výrazných protirečení antimediálneho diskurzu je už spomínaný fakt, že populizmus (okrem „paralelnej diskurzívnej arény“ online médií; Bhat & Chadha, 2020: 12), využíva na svoju prezentáciu aj mainstreamové masmédiá – čiže tie médiá, voči ktorým sa zároveň vymedzuje (Krämer, 2018). V mediatizovaných spoločnostiach je politika charakteristická bojom o reprezentáciu, tzn. bojom o prítomnosť v mainstreamových médiách, ktoré sú „na očiach“ širokej verejnosti a naďalej umožňujú zasiahnuť značnú časť populácie. Mnoho populistov si zároveň uvedomuje, že mainstreamové médiá ich nie sú schopné z hľadiska svojej organizačnej kultúry (žurnalistická etika, spravodajské hodnoty atď.) úplne ignorovať – akonáhle to robia, stávajú sa ľahko obviniteľnými z predpojatosti. Akokoľvek dobre mienené vytesňovanie či podreprezentovanie populistických subjektov, osobitne z okrajových/extrémistických častí politického spektra, poskytuje argumenty proti médiám, ktoré môžu byť ďalej využívané na antiestablišmentové pozicionovanie a legitimizáciu antimediálnych postojov. Marcelli (2005: 17) konštatuje, že „keď sme [vo foucaultovskej analýze, pozn. M. B.] konfrontovaní s navzájom protikladnými stanoviskami, treba sa pokúsiť nájsť ich spoločný predpoklad, tú podmienku, ktorá ich umožnila a zároveň ich vtiahla do siete opozícií“. Akceptovateľnosť rozoberaného rozporu je istotne umožnená i tým, že neprotirečí všeobecnejšiemu subverzívnemu rámcu, ktorý antiestablišmentové hnutia pri svojom diskurzívnom situovaní využívajú.

Druhou pozoruhodnou nekonzistentnosťou je, že populistické subjekty neraz pokračujú v útokoch na médiá, aj keď sa dostanú k moci – teda keď sa samy stanú establišmentom. Stopfner pri „ideologickej dileme“, keď sa antielity pozične menia na elity, analyticky demonštruje, že predchádzajúce pozicionovanie či stratégie môžu v istej podobe zotrvať aj v novom kontexte (Stopfner, 2021: 318). No ako vôbec môže byť takýto paradoxný positioning diskurzívne „vstrebateľný“? Politický establišment antimediálnou rétorikou odpútava pozornosť od vlastného elitného statusu: zvýznamňovaním dištanciácie iných subjektov (médií, ale aj expertov) od ľudu prispieva k zneviditeľňovaniu vlastnej elitnosti, s ktorou by mohol byť spojený anti-systémový odpor. Vládnuca populistická reprezentácia, ktorá sa pred voľbami vymedzovala proti médiám, si chtiac či nechtiac musí antimediálnosť v nejakej podobe zachovať, pretože opustenie stratégie, ktorá jej pomohla k moci, by oslabilo autenticnosť jej doterajšieho vyjadrovania a spojenie s médiami („spolčenie sa s nepriateľom ľudu“) by v tomto rámci znamenalo transformáciu na člena skorumpovanej elity. Ak by vôbec v danom politickom systéme bolo uskutočniteľné, zbavenie sa „nepriateľa“ legislatívnymi či exekutívnymi prostriedkami (napr. zákaz či zásadné obmedzenie) by bolo diskurzívne neefektívne: celý antimediálny diskurz, jedna z významných antielitárskych politických foriem, by sa tak zosypal. Živenie antagonizmu *ľud vs. médiá* sa ukazuje ako výhodné a, ako bolo konštatované už v úvode, vo verbálnej podobe skoro nič nestojí. Udržiavanie všeobecnej nedôvery v mainstreamové masmédiá, súvisiace s legitimizáciou alternatívnych médií, je pre populistické projekty prospešné (Van Dalen, 2019: 14).

K delimitácii diskurzívnej formácie

Súčasťou opisu konkrétnej diskurzívnej formácie má byť aj jej delimitácia, hoci hranice akejkoľvek formácie sú neostré, pretože rôzne diskurzy navzájom neustále interagujú.

Zdá sa, že aktuálne antimediálne postoje čerpajú z univerzálnejšieho protimediálneho sentimentu, ktorý sa už dávnejšie formoval v okrajovej sfére konšpiračných teórií o sprisahaní médií a politických elít a cez pôsobenie populistov z politických okrajov a ich úspešnosťou sa inšpirujúcich stredovejších politikov sa postupne etablovali v politickom mainstreame. Na rozdiel od okrajového, uzavretého spochybňovania médií „niekoľkými uvedomelými“, nová mediálna situácia umožnila médiám masívne a nepretržite hodnotiť, poukazovať aj na ich najmenšie pochybenia a urobiť z predstavy mediálnej omylnosti nový *common sense*.

Ako už bolo naznačené, antimediálny populizmus, v ktorom má kritika médií delegitimizujúci účel, treba okrem „všeobecného“ populizmu odlišiť

od legitímnej kritiky ako žiaducej súčasti slobodných politických a mediálnych systémov, ktorá poukazuje na problémy vo fungovaní (spravodajských) médií v snahe kultivovať mediálne prostredie. Rozlišovanie „dobrej“ a „zlej“ kritiky môžeme oprieť napr. o *absenciu argumentácie a prítomnosť nezdvorilosti* v prípade druhej (Egelhofer et al., 2021: 654-657, pozri aj Liminga & Strömbäck, 2023: 281-283).

Hoci sa v mediálnokonšpiračnej, mediálnokritickej a antimediálnopopulistickej formácii neraz objavujú podobné, ba dokonca formálne rovnaké výpovede, uvedené výpovedné celky rozhodne možno delimitovať s oporou o odlišnosti v štyroch hlavných dimenziách diskurzívnych formácií: objektoch, subjektivitách, pojmoch a stratégiách (Foucault, 2002: 65-108). Antimediálny diskurz nevyužíva reflexívne mediálnokritické poznanie so zámerom kultivovať mediasféru, ale parazituje na mediálnokonšpiračnom diskurze, ktorý rozširuje z politického okraja do centra, aby formoval negatívne postoje k médiám v širšej populácii. Politickým subjektom sa tak pomocou protimediálnych vyjadrení ponúka jednoduchá možnosť imponovať antisystému a zároveň oslovovať ďalších pochybujúcich.

K antimediálnemu dispozitívu

V mnohých diskurznoanalytických prístupoch sa nevenuje pozornosť len samotnému vypovedaniu, ale aj (ba niekedy predovšetkým) tomu, ako je diskurz „artikulovaný v praktikách, ktoré sú voči nemu vonkajškové a samy nie sú diskurzívnej povahy“ (Foucault, 2002: 248).

Zvykne sa pritom nadväzovať na Foucaultov koncept dispozitívu/aparátu. Explicitne to robí Jäger (2001), podľa ktorého sa v analýze dispozitívu skúma, ako určité vedenie organizuje konkrétnu oblasť, pričom sa neodráža iba v diskurzívnej praxi, ale aj v prepojenej nediskurzívnej praxi a materiálnych manifestáciách. Aj antimediálny populizmus sa diskurzívne prejavuje v podobe výpovedí (tlačové besedy, sociálne siete, legislatívne formulácie), ale tiež v konaní aktérov (ignorovanie novinárskych otázok, nezdvíhanie telefónu, selektovanie médií) či materializáciách (fyzické bariéry zabráňujúce vstupu médií).

Napr. Jones a Sun (2017) v analýze protitlačových postojov Donalda Trumpa v jeho prvom prezidentskom období okrem toho, čo nazývajú „rétorickým framingom“ (t. j. vlastne diskurzívnou praxou), uvádzajú aj predbežné podhodnocovanie/podkopávanie (*anticipatory undercutting*) médií a zaoberajú sa aj súvisiacim zaobchádzaním s médiami, ktoré signalizuje delegitimizujúce postoje (napr. odmietanie vstupu vybraných médií na tlačové konferencie, odmietanie odpovedať vybraným žurnalistom/kám). Ich

analýza teda nie je zameraná len na diskurzívnu rovinu, ale na spoznávanie širšieho antimedialného dispozitívu.

Literatúra

- Bhat, P., & Chadha, K. (2020). Anti-Media Populism: Expressions of Media Distrust by Right-Wing Media in India. *Journal of International and Intercultural Communication*, 13(2), 1–17.
<https://doi.org/10.1080/17513057.2020.1739320>
- Carlson, M., Robinson, S., & Lewis, S. C. (2020). Digital Press Criticism: The Symbolic Dimensions of Donald Trump’s Assault on U.S. Journalists as the “Enemy of the People”. *Digital Journalism*, 9(6), 737–754.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1836981>
- Egelhofer, J. L., Aaldering, L., & Lecheler, S. (2021). Delegitimizing the Media? Analyzing Politicians’ Media Criticism on Social Media. *Journal of Language and Politics*, 20(5), 653–675.
<https://doi.org/10.1075/jlp.20081.ege>
- Fawzi, N., & Krämer, B. (2021). The Media as Part of a Detached Elite? Exploring Antimedia Populism Among Citizens and Its Relation to Political Populism. *International Journal of Communication*, 15, 3292–3314. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/14795>
- Figenschou, T. U., Ihlebæk, K. A. (2019). Challenging Journalistic Authority: Media Criticism in Far-Right Alternative Media. *Journalism Studies*, 20(9), 1221–1237. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1500868>
- Foucault, M. (2002). *Archeologie vědění*. Herrmann & synové.
- Hameleers, M. (2018). A Typology of Populism: Toward a Revised Theoretical Framework on the Sender Side and Receiver Side of Communication. *International Journal of Communication*, 12, 2171–2190.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/7456>
- Jagers, J., & Walgrave, S. (2007). Populism as Political Communication Style: An Empirical Study of Political Parties’ Discourse in Belgium. *European Journal of Political Research*, 46(3), 319–345.
<https://www.doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x>
- Jäger, S. (2001). Discourse and knowledge: Theoretical and methodological aspects of a critical discourse and dispositive analysis. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of critical discourse analysis* (pp. 32–62). SAGE.
- Jones, R. A., & Sun, L. G. (2017). Enemy construction and the press. *Arizona State Law Journal*, 49(4), 1301–1368.

- <https://arizonastatelawjournal.org/2018/02/07/enemy-construction-and-the-press> (Accessed October 12, 2025).
- Jontes, D., & Vehovar, V. (2024). From Criticism to Anger and Hate: The Vulgarisation of Digital Anti-Press Criticism on News Outlets' Facebook Pages. *Digital Journalism*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2397080>
- Krämer, B. (2014). Media Populism: A Conceptual Clarification and Some Theses on its Effects. *Communication Theory*, 24(1), 42–60. <https://doi.org/10.1111/comt.12029>
- Krämer, B. (2018). Populism, Media, and the Form of Society. *Communication Theory*, 28(4), 444–465. <https://doi.org/10.1093/ct/qty017>
- Krämer, B. (2023). Media populism revisited. In S. Salgado & S. Papathanassopoulos (Eds.), *Streamlining political communication concepts: Updates, changes, normalcies* (pp. 75–88). Springer.
- Liminga, A., & Strömbäck, J. (2023). Undermining the Legitimacy of the News Media: How Swedish Members of Parliament Use Twitter to Criticise the News Media. *Nordicom Review*, 44(2), 279–298. <https://doi.org/10.2478/nor-2023-0015>
- Mazzaro, K. (2023). Anti-Media Discourse and Violence Against Journalists: Evidence from Chávez's Venezuela. *The International Journal of Press/Politics*, 28(3), 469–492. <https://doi.org/10.1177/19401612211047198>
- Mazzoleni, G. (2003). The media and the growth of neo-populism in contemporary democracies. In G. Mazzoleni, J. Stewart, & B. Horsfield (Eds.), *The media and neo-populism: A contemporary comparative analysis* (pp. 1–20). Praeger.
- Marcelli, M. (2005). *Michel Foucault alebo Stat' sa iným*. Kalligram.
- Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541–563. <https://doi.org/10.1111/j.14777053.2004.00135.x>
- Nærland, T. U. (2023). Toward a Sociologically Enriched Understanding of Anti-Media Populism: The Case of Enough is Enough! *International Journal of Communication*, 17, 3091–3109. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/20065>
- Orchard, X., & Fegnani, M. (2024). From Complicit Journalism to Militant Journalism: Politicians as Media Critics and Strategic News Users in Contested Political Scenarios. *Brazilian Journalism Research*, 20(3): e1677. <https://doi.org/10.25200/BJR.v20n3.2024.1677>
- Panievsky, A. (2021). The Strategic Bias: How Journalists Respond to Antimedia Populism. *The International Journal of Press/Politics*, 4(2), 808–826. <https://doi.org/10.1177/19401612211022656>

- Shin, W., Kim, C., & Joo, J. (2021). Hating Journalism: Anti-Press Discourse and Negative Emotions Toward Journalism in Korea. *Journalism*, 22(5), 1239–1255. <https://doi.org/10.1177/1464884920985729>
- Solis, J. A., & Sagarzazu, I. (2020). The Media Smells like Sulfur!!! Leaders and Verbal Attacks against the Fourth Estate in Unconsolidated Democracies. *Political Communication*, 37(1), 20–45. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1660440>
- Stopfner, M. (2021). Just thank God for Donald Trump – Dialogue Practices of Populists and Their Supporters Before and After Taking Office. *Journal of Pragmatics*, 186, 308–320. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2021.10.002>
- Van Dalen, A. (2019). Rethinking Journalist–Politician Relations in the Age of Populism: How Outsider Politicians Delegitimize Mainstream Journalists. *Journalism*, 22(11), 2711–2728. <https://doi.org/10.1177/1464884919887822>

Kontakt:

doc. Mgr. Michal Bočák, PhD.

Inštitút slovakistiky a mediálnych štúdií

Filozofická fakulta

Prešovská univerzita v Prešove

Institute of Slovak and Media Studies

Faculty of Arts

University of Prešov in Prešov

Email Address: michal.bocak@unipo.sk

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8469-959X>