

Univerzita Palackého v Olomouci
Filozofická fakulta
Katedra politologie a evropských studií

Bc. Anna Daušová

Aplikace kognitivních teorií na politologický výzkum

Magisterská diplomová práce

Vedoucí práce: Mgr. Eva Lebedová, Ph.D.

Olomouc 2022

Obsah

Obsah	2
Seznam ilustrací	3
Úvod	5
1 Evoluční teorie kultury	10
1.1 Evoluce evoluce	11
1.2 Studium koevoluce/kulturní evoluce	13
1.3 Základní principy kulturní evoluce	14
2 Dan Sperber, evoluční psychologie, naturalismus a materialismus	16
2.1 Evoluční psychologie	16
2.2 Naturalismus	17
2.3 Materialismus	17
3 Epidemiologie reprezentací	19
3.1 Reprezentace	21
3.1.1 Kulturní reprezentace	22
3.2 Atraktory	22
3.3 Faktory	24
3.4 Kauzální řetězce	24
3.5 Šíření	27
4 Populismus	29
4.1 Problémy populismu	30
4.2 Populismus jako ideologie (Ideational Approach)	31
4.3 Populismus jako politická strategie (Political–Strategic Approach)	34
4.4 Populismus jako socio-kulturní fenomén (Socio-Culutral Approach)	35
4.4.1 Populismus jako politický styl (Political Style)	37
4.5 Případ mediální logiky a logiky sociálních médií	37
4.6 Problémy konceptualizace	41
4.6.1 Abstrakce pojmů	41
4.6.2 Operacionalizace	42
4.6.3 Zaměření na nepodstatné prvky	43
4.6.4 Přelévání do příbuzných oborů	44
5. Diskuze	45
Závěr	52
Abstrakt	54
Abstract	55

Prameny a Literatura	56
-----------------------------------	-----------

Seznam ilustrací

Obrázek 1 Konstitutivní dimenze nahore-dole v politice (Ostiguy, 2017).....	36
---	----

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně a uvedla v ní všechny použité zdroje a literaturu.

V Olomouci dne 29.4. 2022

Podpis.....

Úvod

Populismus je téma v politologii velmi často reflektované a zkoumané. Studium populismu však nejčastěji míří k otázce definice, politického programu, politických stran nebo rétoriky. Za dobu studia populismu vznikly hypotézy o nakažlivosti populismu (např. Bale et al., 2010; Mény & Suerel, 2002; Mudde, 2004; Rooduijn et al., 2014), *cultural backlash* teorie (Norris & Inglehart, 2019), teorie populistického *Zeitgeistu* (Mudde, 2004) apod. Žádná z těchto studií se však v důsledku nezabývala otázkou *proč*, ale spíše otázkou *jak*. Explanace nemíří na počátek kauzálních řetězců, ale spíše se zabývá okolními vlivy a opomíjí nejzákladnější prvek čehokoli politického, kulturního nebo lidského – mozek. Tento problém se netýká pouze výzkumu populismu. Ve své knize *Pomsta geografie* mluví Robert D. Kaplan, politický geograf, o davu, který „...bude hrát klíčovou roli v nové éře, kdy bude reliéfová mapa poseta přeplněnými velkoměsty – tímto davem mám na mysli velkou skupinu lidí, kteří se vzdali své individuality ve prospěch opojného kolektivního symbolismu“ (Kaplan, 2013: 132). Z hlediska kognitivních věd však nikdy neexistuje dav jako *sui generis*. Dav je vždy souborem jednotlivců. Jakkoli fanatický tento dav je, vždy je součástí nespočtu kognitivních mechanismů, nespočtu lidských mozků. A právě v lidském mozku, v jeho funkci a stavbě, lze nalézt odpovědi, které si lidstvo klade minimálně 2 tisíce let, právě tam leží odpovědi na psychologii davu, původ populismu, extremismu a vlastně i všeho ostatního.

Dosavadní propojení kognitivních věd, potažmo neurověd, s politologickým výzkumem bylo, a stále je, minimální, ovšem ne neexistující. Již od 70. let 20. století se na poli politologie objevují výzkumy zaměřené na vliv dědičnosti, co se politických postojů týče či na funkci hemisfér u vnímání politických figur u pacientů se syndromem rozdělených hemisfér (Schreiber, 2017). Tímto stylem postupně došlo k vytvoření konceptu neuropolitologie (*neuropolitics, neuropolicy*) (Abi-Rached, 2008). Přesto k hlubšímu propojení disciplín nedošlo. Zajímavá je komparace vývoje neuropolitologie s neuroekonomií (*neuroeconomics*) nebo s neuroprávou (*neurolaw*). Na rozdíl od neuropolitologie, oba později zmiňované obory dokázaly výhody interdisciplinarity využít – vychází články, knihy, pořádají se každoroční konference a obor se tím pádem může dále vyvíjet (Schreiber, 2017). Důvodem,

proč se podobný proces neuskutečnil v politologii shrnuli Krastev et al. (2016) tím, že je až příliš zaujatá problematikou externí validity a stále věří v *sui generis* povahu politiky. I přes tyto obtíže však dochází k určitému posunu. Většinový směr je ovšem zaměřen spíše na výzkum mozkové aktivity pomocí fMRI¹, EEG, fNIRS² apod. (Schreiber, 2017). Takový nedostatek je problematický hlavně pro politologii. Kognitivní vědy dnes patří k základním oborům ve výzkumech na poli psychologie, sociologie, ale také nehumanitních oborů, jakým je například HCI (*Human-computer interaction*) (Rogers, 2012).

V každém případě není nutné přenášet výzkum rovnou do laboratoře a pouze testovat *ad hoc* hypotézy – je možné využít již existujících teorií z oborů pracujících s kognitivním výzkumem a aplikovat je na politologicky uchopené téma. Takový přístup je použit v této práci. Cílem na obecnější rovině je tudíž propojení politiky s kognitivní vědou a kognitivní vědou o náboženství, a tím poukázat na výhody takové specifické interdisciplinární spolupráce.

Základem práce bude teorie epidemiologie reprezentací, která je jednou ze základních teorií tzv. standardního modelu kognitivní religionistiky (Kundt, 2014) a je založená na principu klasické (medicínské) epidemiologie (Sperber, 1996). Vzhledem k tomu, že Dan Sperber úspěšně aplikoval *de facto* přírodovědnou metodu na výzkum šíření náboženských představ, není důvod domnívat se, že by užitím epidemiologického přístupu na výzkum politologicky zkoumaného tématu vyvstávaly teoretické či metodologické komplikace – což je také podpořeno faktem, že z perspektivy práce Sperbera není aplikace epidemiologie reprezentací nutně omezena pouze na náboženské fenomény, ale je možné ji aplikovat na kulturní fenomény obecně (Sperber, 2006). Univerzalita lidské kognice, ke které lze vztáhnout veškeré kulturní fenomény má tu výhodu, že v posledku, převedeno do konkrétnější podoby, politologie i kognitivní vědy zkoumají stejné kulturní fenomény, pouze z jiné perspektivy. Kultura je výsledek a manifestace lidských kognitivních možností (Sperber & Hirschfeld, 1999), to znamená, že obě možné perspektivy, kognitivní perspektiva na kulturu i kulturní perspektiva na kognitivu, jsou obě legitimní a měly by také být komplementární (Sperber & Hirschfeld, 1999).

¹ Funkční magnetická rezonance.

² Funkční blízká infračervená spektroskopie.

Z pozice epidemiologického přístupu jsou klíčové koncepty mentální, veřejné a kulturní reprezentace, kulturní atraktory a jejich psychologické a ekologické faktory. Tyto koncepty vytváří kauzální řetězce (v důsledku sítě), které se populací šíří pomocí komunikace a transformace (Sperber, 1996). Cílem je nalézt a identifikovat procesy, které se při setkání s tím či oním fenoménem aktivují.

Téma spojené s epidemiologií reprezentací bylo zvoleno z toho důvodu, že se jím autorka detailně zabývala v rámci studia religionistiky – což je obor politologii mnohem bližší, než by se mohlo zdát. Ostatně, jak je již zmíněno výše, neurovědy a humanitní vědy mají celkově více společného než rozdílného, zkoumanými otázkami počínaje a epistemologií konče (Cacioppo, & Visser, 2003). Největším rozdílem tudíž zůstává metodologický přístup. Religionistika, na rozdíl od politologie, měla to štěstí v neštěstí, že vzhledem k velmi problematické povaze náboženství došlo v 90. letech 20. století ke krizi identity a hledání nových výzkumných metod, díky čemuž došlo k pozvolnému pronikání kognitivních věd do výzkumu náboženství (Hampejs & Chalupa, 2014). Politologie podobný problém neměla, a tak mohla pokračovat v kvantitativních, občas kvalitativních a v poslední době i v hybridních metodách, jakou je např. kvalitativní srovnávací analýza (QCA, Kouba, 2011). Práce je ukázkou, že kognitivní přístup a politologie jsou komplementární, a že politologickému výzkumu kognitivní prvek chybí.

Co se členění práce týče, první část se zabývá teoretickým základem, který vedl k vytvoření epidemiologie reprezentací. Tato část je zaměřena na cestu od biologické evoluce k evoluci kulturní. Dále jsou představeny výchozí pilíře kulturní evoluce. Jsou vysvětleny dva základní směry – teorii kulturních atraktorů, jejíž propagátorem je i Sperber, a selekční model.

Další kapitola se věnuje explanaci epidemiologie reprezentací, která slouží jako základní teoretický framework celé práce. Epidemiologie reprezentací (dále jen ER) spadá pod teorii kulturních atraktorů, která se věnuje kulturní evoluci, jak je vysvětleno v první kapitole ([1.](#)). Důraz je kladen zvláště na několik podstatných prvků ER – kulturní atraktory a jejich faktory, druhy reprezentací a kauzální řetězce. Síla kulturního atraktoru a způsob jeho transformace determinuje, jakým způsobem, a pokud vůbec, jednotlivé reprezentace uspějí ve veřejném prostoru – hypotéza je taková, že populistické

atraktory se ve veřejném prostoru šíří tak úspěšně, jelikož to umožňuje sám způsob, jakým lidský mozek funguje. Výsledky evoluce totiž nemusí být prospěšné. Může se jednat o vedlejší produkt jiných adaptací, nebo o adaptace, které se se změnou okolního prostředí staly maladaptacemi (Sperber, 2009). Z toho důvodu je explanace kulturních reprezentací a procesu kauzálních řetězců klíčová pro aplikaci ER na výzkum populismu v další části práce.

Vzhledem k tomu, že práce přináší do politologické práce zcela nový obor a teoretický rámec, jedna kapitola se věnuje shrnutí základních principů ER a kognitivního přístupu.

Osobně si myslím, že kognitivně zaměřený výzkum má potenciál nejlépe vysvětlit jevy jakými jsou dezinformace, konspirační teorie (příčemž QAnon³ jedním z nejlepších příkladů současnosti), nárůst antisemitismu nebo například nesnášenlivé projevy na sociálních sítích společnosti Meta (Facebook, Instagram). O kauze Facebook Papers, o kognitivním základu škodlivosti algoritmů a jeho vlivu na šíření populismu pojednává poslední kapitola.

Práci lze rozdělit na dvě části. Na kognitivní a na populistickou. Článek od Benjaminina Moffitta a Simona Tormeyho je použit jako inspirace ke strukturalizaci pro celou populistickou část. První kapitola věnující se čistě politologickému tématu je kapitola Populismus (4.). Zde jsou představeny základní teoretické principy výzkumu populismu, problematika jednotlivých konceptualizací apod., se zaměřením na konceptualizaci populismu tak, jak je představena v knize *Oxford Handbook of Populism*.

Další část rozebírá tři dominantní definiční rámce – populismus jako ideologii (*Ideational Approach*), populismus jako politickou strategii (*Political-Strategic Approach*) a populismus jako socio-kulturní fenomén (*Socio-Cultural Approach*). Je poukázáno na základní teoretické i empirické problémy spojené s těmito přístupy a navržen kognitivní definiční rámec. Kapitola Diskuze (5.) se věnuje principům, které by bylo možné do politologie přenést. Dále je uvedeno, že některé příbuzné obory zabývající se populismem s kognitivními poznatky již pracují, jedná se např. o koncept logiky sociálních médií, která odpovídá epidemiologickému přístupu. Celkovým cílem je tedy koherentně představit potenciální přínos a také aktuálnost kognitivního přístupu

³ QAnon (Q Anonymous) je aktuálně nejrozšířenější soubor konspiračních teorií v USA.

pro politologii. Aktuálnost zvlášt', jelikož sociální sítě, sociální média a média celkově již kognitivní zákony implementují do vlastního fungování, a jsou to právě populisté a extremisté, kteří tento potenciál využívají. I z toho důvodu je propojení kognitivních věd a populismu potřebné.

Stejně jako Rydgren (2005) i já jsem toho názoru, že vědeckým cílem by měla být snaha vyhledat kauzální mechanismy, které se dají generalizovat. Kognitivní vědy způsob pro generalizaci kauzálních mechanismů našly, práce jej pomůže přenést i do politologického výzkumu. Cílem autorky je participovat na užitečné vědě, vědě, která bude dělána ne pro vědu, ale pro veřejnost, bude mít společenský přesah, bude aplikovatelná na běžný život. Politologii spojenou s kognitivním přístupem by bylo možné využít např. ve školství ve smyslu participace na vytvoření kognitivně nekomplikované výuky společenských věd, nebo v rámci diskuze o regulaci sociálních sítí.

1 Evoluční teorie kultury

Na úplném počátku práce je potřeba objasnit základní pojmy, historii a vědní disciplíny vedoucí k vytvoření epidemiologie reprezentací.

Jedna ze základních informací, kterou je třeba vysvětlit – co je kultura. Richerson & Boyd (2005), jedni z průkopníků evoluční teorie kultury, popisují kulturu jako informaci schopnou ovlivnit chování jedince, a kterou si lze osvojit od dalšího člena svého druhu skrze učení, imitaci a další druhy sociální transmise. Pod pojmem informace se skrývá mentální reprezentace – vědomá, či nevědomá. Definice je zakořeněna v přesvědčení, že většina kulturních variant je způsobena informacemi uložených v lidském mozku – informacemi, které se do lidského mozku dostaly skrze sociální učení od ostatních. Z této definice vyplývá několik skutečností. 1. sociální učení je klíčové k přenosu kultury; 2. základní jednotkou evoluční teorie kultury⁴ je kulturní variant – tedy informace, která je vždy přítomna v podobě mentální reprezentace v lidském mozku⁵. Mentální reprezentace je v dalších kapitolách často zmiňována. Na počátku je třeba zdůraznit, že mentální reprezentace je empiricky měřitelná, je tedy materiální a její externalizovaná podoba (např. slovo, kniha) se při zpětné internalizaci opět stává mentální reprezentací.

Další odstavce jsou zaměřeny na explanaci několika procesů, které jsou pro práci klíčové. Jedním z nich je určitá „evoluce evoluce“, tedy způsob, kterým se nahlíželo na biologickou evoluci, a jak Darwinova teorie přispěla k vytvoření teorie koevoluce genů a kultury. Dalším je prezentace základních principů kulturní evoluce – zde je demonstrováno, jakým způsobem je kulturní evoluce odlišná od evoluce biologické. Třetí část se pak soustředí na samotný vývoj kulturní evoluce v rámci humanitních věd se zaměřením na dva základní přístupy, atrakcionistický a selektivní náhled. Nakonec je vysvětlena jejich konečná komplementarita v rámci evoluce kultury.

⁴ Minimálně pro akademiky vycházejících z humanitních oborů. Viz níže.

⁵ Pojem kulturní variant je pouze jedním z mnoha pojmenování. Někteří autoři ho ztotožňují s pojmem mem, další užívají termínu kulturní atraktor – viz níže.

1.1 Evoluce evoluce

Počátek „evoluce evoluce“ lze nalézt v teorii biologické evoluce, jejíž autorem je Charles Darwin se svou knihou *The Origin of the Species*. Základním principem biologické evoluce je „...dlouhodobý, samovolně probíhající proces, v jehož průběhu vznikají či jednorázově vznikaly ze systémů neživých systémy živé, a tyto živé systémy se pak dále vyvíjejí a vzájemně diverzifikují“, (Flegr, 2009). Ve velmi zkratkovité řeči se Darwinova teorie dá shrnout do několika bodů. Všechny biologické změny lze popsat pouze třemi základními předpoklady, a to variací (*variation*), soutěží (*competition*) a dědičností (*inheritance*). Díky těmto třem předpokladům se též dají vysvětlit základní evoluční procesy, tedy adaptace (*adaptation*), maladaptace (*maladaptation*) a konvergence (*convergence*). (Mesoudi 2011)

Úspěch v rámci biologické evoluce se pak měří pomocí fyzické zdatnosti (*biological fitness*) – tedy podle počtu potomků. (Flegr, 2009)

Postupem času se vliv této teorie přenesl z oborů úzce souvisejících s biologickou evolucí do humanitních oborů a metoda biologické evoluce začala být aplikována i na výzkum evoluce kulturní.

Studium kulturní evoluce započala v 80. letech 20. století. Prvními propagátory tzv. formálních modelů kulturní evoluce (*formal models of cultural evolution*) byly dvě dvojice autorů. Jednalo se o Luigi Luca Cavalli-Sforzu a Marca Feldmana, kteří stojí za knihou *Kulturní transmise a evoluce: Kvantitativní přístup (Cultural Transmission and Evolution: A Quantitative Approach)* a Roberta Boyda a Petera Richersona s knihou *Kultura a evoluční proces (Culture and the Evolutionary Process)*. (Mesoudi, 2011)

Samotné studium kulturní evoluce má několik cílů. Jedním z nejdůležitějších je popsat a vysvětlit proces, skrze který jsou kulturní varianty (normy, pověry apod.) a jejich behaviorální projevy (instituce, artefakty apod.) distribuovány skrze populaci (Buskell, 2017). Faktem zůstává, že všechny obory, molekulární fyzikou počínaje a lingvistikou konče, se ve svém důsledku zabývají tím samým – zkoumají svět nás obklopující, každý obor pouze z jiné perspektivy. Cíl evolučního studia kultury v podobě, v jaké je představen výše, se dá velmi snadno aplikovat i na téměř každý politologický výzkum.

Jedná se o další důkaz, proč interdisciplinarita zaujímá nejen velmi významné místo v rámci akademického výzkumu, ale, což je podstatnější, patří jí i budoucnost akademického výzkumu.

Když se mluví o kulturní evoluci, je nesmírně důležité si uvědomit, že se nevztahuje pouze na člověka. Definice kulturní evoluce pocházející od evolučních biologů a kognitivních psychologů se odlišuje v základním náhledu na ni. Optikou evoluční biologie popisuje Flegr (2009) kulturní evoluci jako evoluci, která se „...*přestává řídit některými zákonitostmi biologické evoluce a místo toho se začíná řídit zákonitostmi evoluce kulturní. V kulturní evoluci existuje možnost horizontálního předávání znaků mezi nepříbuznými jedinci a zároveň i dědičnosti (negenetická) získaných vlastností. Dalším podstatným rysem kulturní evoluce je i to, že vzorce chování fixované v průběhu kulturní evoluce mohou být ve svém důsledku nevýhodné pro svého nositele i pro populaci a druh.*“ Horizontálně předávané informace stojí v ústředním zájmu teoretiků kulturní evoluce – např. Henrich a McElreath (2003) používají samotný pojem „kultura“ pro informaci obdrženu jedincem skrze sociální učení⁶. Návaznost na principy biologické evoluce vidí ve faktu, že k transmisi kulturní informace dochází způsobem, který je srovnatelný s procesem transmise biologické informace a oba jsou tudíž příkladem Darwinské evoluce (Mesoudi, 2009). Pro usnadnění předávání informací došlo u člověka k vytvoření symbolické řeči a písma, „... *které umožňuje předávat kulturní znaky prostřednictvím neživého nosiče*“, (Flegr, 2009).

Problematika v rámci výzkumu kulturní evoluce je v dnešní době taková, že se „... *jednotlivé evoluční směry často neshodnou na základní úrovni, na níž mezi sebou kulturní varianty (nebo jinak pojmenované prvky, ze kterých kultura může sestávat) interagují*“, (Tureček, & Havlíček, 2017).

Díky nespočtu studií zabývajících se kulturní evolucí došlo v rámci akademického diskurzu alespoň k sjednocené pozici, že se v případě „... *kulturní a biologické evoluce nejedná o dva různé, hierarchicky propojené systémy, ale spíše o dva aspekty téže evoluce*“, (Tureček, & Havlíček, 2017).

⁶ Spolu se sociálním učením je druhou nejčastější formou předávání kulturních informací po imitaci. (Flegr, 2009)

1.2 Studium koevoluce/kulturní evoluce

Jedním z nejvlivnějších evolučních směrů je bezpochyby evoluční psychologie⁷, která je silně ovlivněna pracemi Johna Toobyho a Ledy Cosmides. Základním principem evoluční psychologie je modularita lidského mozku. Lidský mozek sestává z velkého množství specializovaných a propojených modulů (funkčních izolovaných podjednotek, mechanismů, mentálních orgánů apod.) (Cosmides, & Tooby, 1992). Díky tomu, že se evoluční psychologové soustředí na univerzální aspekty lidské mysli, kulturní variabilita není centrem jejich zájmu (Tureček, & Havlíček, 2017).

Teoretické koncepce evoluce kultury lze rozdělit do dvou skupin: a) na systémy selekcionistické (s memetikou jako speciálním případem) a b) systémy atrakcionistické.⁸ (Tureček, & Havlíček, 2017). „*Selekcionistické systémy vycházejí z předpokladu, že kulturní varianty mezi sebou „soupeří“ podobně jako u organismů funguje přirozený výběr mezi různými alelami jednoho genu. Úspěšná varianta je taková, která se „rozmnoží“ na co největší počet kopií“*, (Tureček, & Havlíček, 2017). Mesoudi (2011) popisuje kulturní selekci jako jakýkoli proces, v němž je jeden kulturní variant předán mnohem pravděpodobněji než alternativní variant.

Atrakcionistický přístup naopak klade důraz na rozdíl mezi biologickou a kulturní evolucí, přičemž mutačně-selekční paradigma cíleně překračuje důrazem na skutečnost, že kulturní přenos může probíhat jako jednoduková transmise s transformací. Sperber (1996) poukazuje na to, že kulturní přenos je výsledkem interpretativní lidské mysli, která má tendenci přenášenu informaci transformovat na základě předchozí zkušenosti. Píše, že při transmisi nedochází k replikaci, ale k transformaci mentálních reprezentací (Sperber, 1996). Vývoj kultury je tedy ovlivněn tím, že některé transformace jsou pravděpodobnější než jiné (Tureček, & Havlíček, 2017). Kulturní evoluce je nejlépe popsána skrze proces nazývaný kulturní atrakce, který je populační a evoluční, ale pouze selekční pod určitými okolnostmi (Claidiere, Scott-Phillips, & Sperber 2014).

⁷ Dalším oborem je memetika, která je z empirického hlediska v mnohém problematická. Prvním problémem je, že médiem pro přenos memů je lidská mysl (nebo mysl jiného organismu), která jen za velmi specifických podmínek pracuje jako kopírovací stroj. (Tureček, Havlíček, 2017)

⁸ Autoři Tureček, & Havlíček (2017) upozorňují, že takové rozdělení odpovídá, pokud se nepočítá teorie evokované kultury, která však nezahrnuje sociální učení.

Jako každá akademická neshoda, i tato kolize názorů dospěla ke svému komplementárnímu konci. Např. jedni z největších propagátorů selekcionistického modelu Henrich Boyd a Peter Richerson (2008) souhlasí se Sperberem a dalšími zastánci teorie kulturních atraktorů v náhledu na kulturní transmisi, která dle názoru obou stran neprobíhá skrze replikaci, nýbrž skrze transformaci. Dnešní konsenzus je celkově takový, že oba přístupy jsou nezbytné pro plné pochopení kulturní evoluce (Buskell, 2017). Tureček a Havlíček (2017) shrnují komplementaritu obou přístupů následovně: *„Kognitivní atrakce může hrát významnější roli ve vývoji a zastoupení výskytu různých mýtů a idejí, zatímco selekční procesy budou mít větší relevanci při vývoji technologických inovací a možná i adaptivních sociálních konstruktů“*. Henrich a Boyd (2008) však zároveň dodávají, že je stále potřeba více snahy ze strany evolučních teoretiků pro začlenění bohaté kognice do formálních modelů sociálního učení a více snahy kognitivních vědců pro uvážení, jak přirozená kognitivní struktura interaguje se sociálními procesy a kognice sociálního učení ovlivňuje epidemiologii reprezentací a s ní spojené behaviorální produkty.

1.3 Základní principy kulturní evoluce

Před výčtem je třeba upozornit na problematiku absence jednotné terminologie napříč obory zabývajícími se kulturní evolucí. Flegr (2009, 2017) vychází z pozice evolučního biologa a užívá pojmu mem, pro popis jednotky, jejíž transmise je základní součástí řetěze kulturní evoluce. Většina sociálních psychologů, evolučních psychologů a celkově vědců, kteří vycházejí z humanitních oborů užívají pojmu kulturní variant, nebo kulturní atraktor (viz Richerson & Boyd, 2005; Mesoudi 2009, 2017; Sperber 1996, 2005, apod).

Flegr (2009) představuje základní principy kulturní evoluce takto:

„1. Některé adaptivní vlastnosti vznikají a podléhají změnám v průběhu kulturní evoluce.

2. Kulturní znaky se mohou předávat napodobováním, nebo skrze symboly.

3. Šířit se mohou i memy (kulturní atraktory) nevýhodné pro svého nositele, tj. memy snižující jeho biologickou zdatnost.

4. Některé memy (kulturní atraktory) se mohou šířit zvyšováním biologické zdatnosti svých nositelů, na úkor kvality jejich života.“

V souvislosti s druhým bodem Flegr (2017) ukazuje (podobně jako Sperber), že předávání skrze napodobování vs. skrze symboly odpovídá rozdělení přímého vs. nepřímého předávání, kde je mnohem úspěšnější způsob přímého předávání – takto např. vysvětluje oblibu youtuberů. Takový poznatek je přínosný pro obory jako je sociologie, psychologie nebo politologie.

Poslední dva body úzce souvisí s maladaptací kulturní evoluce. Richerson, & Boyd (2005) hovoří o maladaptaci jako o nevyhnutelném by-produktu (*byproduct*) kulturní evoluce. Důvodem je fakt, že transmise kulturních variant je rozdílná od transmise genů. Některé kulturní varianty si mohou zachovávat svou kulturní relevanci a zároveň snižovat reprodukční schopnosti svých nositelů. Jinými slovy, „...vzorci chování fixované v průběhu kulturní evoluce mohou být ve svém důsledku nevýhodné pro svého nositele i pro populaci a druh.“ (Flegr, 2009)

Právě maladaptace kultury může poskytnout vysvětlení na otázku, jak jsou možné války, genocidy apod. Lidský mozek je přizpůsoben na prostředí našich předků před 20 000 lety. Kulturní evoluce je zvláště v posledních 2 000 letech natolik rychlá, že atraktory, které jsou v rychlém světě úspěšné, na sebe pravděpodobně nejlépe vážou emoce hněvu, odpor k cizímu, ideu vlastní nadřazenosti apod. Maladaptace kultury a její studium by mohlo přinést zcela novou optiku do politologického výzkumu. V rámci širších teoretických rámců např. Lijphartova koncepce konsociační demokracie by mohla být zkoumána optikou maladaptivních rysů kultury – důvod jejího úspěchu lze z tohoto úhlu pohledu vyvozovat z kognitivně optimálně přizpůsobené strategie. Aplikace pro praktické užití může být např. v rámci víceúrovňového vládnutí.

2 Dan Sperber, evoluční psychologie, naturalismus a materialismus

Základní východiska Sperberova epidemiologického přístupu se dají shrnout do tří zastřešujících pojmů, kterými jsou materialismus, naturalismus a evoluční psychologie. Sperber velmi dbá na připomínání výše zmíněných principů a v každé práci, která se epidemiologickým přístupem zabývá, je také znovu a znovu vysvětluje (viz Sperber, 1996; Sperber, & Hirschfeld, 1999; Sperber 2005; Sperber, 2006). Z politologického úhlu pohledu se může zdát nadbytečné obhajovat *de facto* metodologické pilíře výzkumné techniky. Ovšem vzhledem k tomu, že např. materialistický (a s ním potažmo i naturalistický) přístup je stále terčem kritiky za svůj domnělý redukcionismus (Sperber, 1996), je třeba tyto pozice stále obhajovat. Dalším důvodem, proč jsou tyto základy zmíněny je fakt, že politologie přisuzuje kauzální moc fenoménům, které ji ve skutečnosti nemají, a tím se vzdaluje od materialistické pozice.

2.1 Evoluční psychologie

Evoluční psychologové nahlízejí na mysl jako na organizovanou sadu mentálních přístrojů (*mental devices*), jež se vyvinuly jako adaptace na specifické podněty pocházejících z prapůvodního prostředí. (Sperber, & Hirschfeld, 1999) Modularitu lidského mozku využívá i Sperber, který na ni nahlíží jako na užitečný nástroj, který může pomoci odhalit a vysvětlit strukturu a funkcionalitu známých mentálních mechanismů. (Sperber, & Hirschfeld, 2004) Jak je detailněji popsáno v kapitolách zabývajících se epidemiologickým přístupem – moduly obsahují atraktory, které determinují, jakým způsobem se budou reprezentace šířit.

Sperber využívá z poznatků evoluční psychologie kromě modularity mozku také již výše zmiňovanou maladaptaci, která se může objevit ve zvláště rapidně se měnícím kulturním prostředí (Sperber, & Hirschfeld, 1999).

Důvodem, proč Sperber z evoluční teorie vychází je jeho přesvědčení, že pokud se budou fenomény, které popisují evoluční psychologové studovat kognitivně, bude možné popsat nejen kauzální faktory k nim vedoucí, ale také mechanismy, ze kterých sestávají. (Sperber, & Hirschfeld, 1999) Pro politologický výzkum by přijetí takového přístupu znamenalo odpoutání

se od filozofického teoretizování nad definičními rámci, jelikož kognitivní přístup základní definiční rámec nabízí ve své celistvosti.

2.2 Naturalismus

Předpokladem naturalistického přístupu je zjištění, že cokoli, co je schopné vytvořit kauzální vztah, je toho schopné pouze díky své materiální podstatě. K tomuto se vztahují dva zákony, které Sperber (2005) popisuje následovně: 1. je nutné rozpoznávat fenomény, pouze pokud jejich materiální podstata ospravedlňuje fakt, že jim byla přisouzena kauzální moc (*causal powers*); 2. kauzální moc se nesmí přisuzovat reprezentacím, pokud jejich mechanismy nepodpoří i odborníci z přílehlých disciplín. Důvodem, proč má Sperber potřebu v téměř každé své práci obhajovat svou pozici je jeho přesvědčení, že explanace v rámci sociálních věd bývají mechanistické, ale nikoli naturalistické. Z toho důvodu se stává, že někteří vědci přisuzují *causal powers* i entitám jako jsou instituce či ideologie, aniž by se však zabývali materiálními základy těchto entit. (Sperber, 1996)

Takový je tedy naturalismus, ke kterému se snaží Sperber (1996) směřovat, a který podle něj může velkou měrou přispět k překonání rozdílů mezi vědními obory.

Sperber (2005) navrhuje rekonceptualizovat celý obor, a to využitím přístupu, který je inherentně naturalistický i sociální – medicínské epidemiologie. Právě ta je základem, teoretickým a empirickým východiskem pro Sperbera. Aplikace inherentně přírodního oboru na humanitní vědu je v tomto ohledu klíčová právě díky možnosti dalšího využití, v tomto případě v politologii.

2.3 Materialismus

Další klíčovou charakteristikou Sperberova přístupu je materialismus, který vychází ze základního poznatku, že veškeré mozkové aktivity se dají zaznamenat a mají tudíž materiální jádro. A je to právě interakce mezi mozkem, organismem a prostředím, díky čemuž se dá distribuce reprezentací vysvětlit (Sperber, 1996). Také je potřeba připomenout, že některé obory, politologie nevyjímaje, materialismus velmi často opomíjí.

Sperber (1996) navrhuje rozpoznávat pouze reprezentace v jejich materiálním prostředí (ať už přírodním nebo umělém), zaměřovat se na individuální mentální stavy a procesy a na jejich environmentální příčiny a následky.

K materialismu nutně patří výše zmíněná modularita. Modulárně informační proces (*domain-specific information processing*) může pomoci při odhalení v tuto chvíli chybějících informací, jak se lidská mysl angažuje v bohatém kulturním prostředí a sociálním životě (Cosmides, & Tooby, 1992). Modularita je klíčem k pochopení způsobu, jakým se jednotlivec orientuje v kulturním prostředí a při bližším zkoumání efektů na lidské chování může pomoci vědám, jako je politologie, předikovat, jakým způsobem budou lidé reagovat na nenadále změny nebo problémy. V praktickém užití by mohla pomáhat vytvářet kognitivně srozumitelné kampaně proti dezinformacím apod.

3 Epidemiologie reprezentací

Tato kapitola je z hlediska celé práce jednou z nejdůležitějších, protože pojednává o samotné ER. ER spadá, jak je již uvedeno výše, do kategorie atrakcionistického modelu. Jak je taktéž uvedeno výše, ER se snaží přenést techniky medicínské epidemiologie do humanitního výzkumu. Důvodem užití medicínské epidemiologie na humanitní obor je dle Sperbera (1996) fakt, že stejně, jako můžeme říct, že lidská populace je obydlena obrovským množstvím virusů, můžeme také říct, že je populace obydlena obrovským množstvím mentálních reprezentací. Jak je detailněji popsáno níže, ekologické a psychologické faktory jsou klíčem k tomu, jak rychle a široce se budou jednotlivé reprezentace šířit kulturním prostředím. Před vytvořením externí paměti společnosti, čili před vytvořením písma, se na rozdíl od moderní doby šířily reprezentace pomalu a o to byly dlouhodobější. Ty Sperber (1996) nazýval tradicemi a přirovnal je k endemiím. Naopak reprezentace, typické pro moderní kultury, se šíří rychle, ale mají krátkou živostnost, a jsou tudíž srovnatelné s epidemiemi (Sperber, 1996). Jedním z důvodů, proč by mohla být ER na poli politologického výzkumu přínosná je fakt, že politologie věnuje velkou část svého času právě studiu rychle se šířícím reprezentacím a díky přijetí epidemiologické optiky by mohla přispět k zmírnění negativních dopadů, které některé reprezentace a jejich šíření na společnost mají – jako příklad lze opět uvést dezinformace.

Jak je popsáno výše, teorie kulturních atraktorů se liší od selekcionistických teorií v náhledu na způsob, jakým se kulturní atraktory šíří populací. Obecným rámcem a teoretickým konceptem šíření se Sperber zabývá ve své neznámější práci *Explaining Culture: A Naturalistic Approach*. Závěrem je, že většinu reprezentací je možné najít v jednom individuu. Některé reprezentace se vykomunikují, což znamená, že jsou nejdříve transformovány komunikátorem (*communicator*) do podoby veřejné reprezentace, a poté jsou přetransformovány publikem (v důsledku vždy jedním individuem) zpět do mentální reprezentace. Velmi malé procento komunikovaných reprezentací je komunikováno opakovaně, některé se přesto dál šíří populací a mohou skončit v podobě mentální reprezentace nainstalovány v každém jednotlivci populace, a to i po několik generací. Tyto dlouhotrvající a široce rozšířené reprezentace

jsou paradigmatickými příklady kulturních reprezentací (*cultural representation*). (Sperber, 1996)

Výše uvedená velmi simplifikovaná teorie epidemiologie reprezentací by dle mého názoru mohla sloužit jako základní teoretický koncept i pro výzkum v oblasti politologie. Politologie se nezabývá ničím jiným než kulturními reprezentacemi. Epidemiologický přístup je jiný z toho hlediska, že vybízí k jejich studiu v rámci jednoho individua, tedy jedné kognice, nikoli z obecného, kolektivního náhledu. Důvody, proč je autoritářství na vzestupu při zhoršení ekonomické nebo sociální (kulturní) situace lze nalézt vždy v uzpůsobení fungování lidského mozku, nikoli v nastavení společnosti.

Jaký je cíl epidemiologického přístupu? ER má za cíl vysvětlit makro-fenomény jako kumulativní efekt dvou druhů mikro-mechanismů: individuálních mechanismů (skrze které probíhá transformace) a inter-individuálních mechanismů (skrze které probíhá tranzice) (Sperber, 1996). Sperber nahlíží na kulturní jevy, do kterých lze počítat i jakékoli politologické téma, jako na součet nespočtu mikro-mechanismů. Otázky, vztahující se k takovému přístupu jsou následující: Jaké faktory vedou jedince veřejně vyjádřit mentální reprezentaci? Jakou transformaci lze během procesu transmise očekávat? Jaké vlastnosti (obecné či kontextuální) musí reprezentace mít, aby zůstala relativně stabilní i přes častou komunikaci? (Sperber, 1996)

Při bližším prozkoumání výše uvedených otázek je zřejmé, že takové otázky jsou pro obor, jakým je politologie, klíčové. Z mého úhlu pohledu je zbytečné snažit se vysvětlit politologické (a v důsledku jakékoli) fenomény *a posteriori*, jelikož kognitivní vědy nabízí jedinečnou možnost predikce. Jevy, jakými je například QAnon, populismus (jakkoli široce lze na něj nahlížet) nebo extremismus lze vysvětlit, a to poměrně jednoduše kognitivním přístupem. Základem člověka byla, je a vždy bude jeho biologická podstata – vědní obory, včetně politologie, by toho měly náležitě využít.

V kapitolách níže ([3.1](#), [3.2](#), [3.3](#), [3.4](#), [3.5](#)) jsou představeny základní prvky ER. Zabývá se jmenovitě reprezentacemi a jejich typy, atraktory, kauzálními řetězci, faktory, transformací a způsobem šíření.

3.1 Re prezentace

Základní stavební jednotkou jakéhokoli kognitivního procesu je reprezentace. Reprezentace je tvořena vztahem mezi minimálně třemi pojmy: tím, co reprezentuje, tím, co je reprezentováno a tím, kdo reprezentaci užívá. Sperber (1996) rozpoznává tři typy reprezentací: 1. mentální (*mental representation*); 2. veřejnou (*public representation*) a 3. kulturní (*cultural representation*).

Jakýkoli kognitivní proces je mentální reprezentací. Veřejné reprezentace jsou všechny zmaterializované mentální reprezentace v ekologickém prostředí – jinými slovy vyřčené, napsané, či jinak zformované mentální reprezentace. Reprezentace nezůstávají v ekologickém (a zvláště v kulturním) prostředí samy, na akustické vlnění, tedy zvuky – od kýchnutí po větu složitou – se většinou navazuje další akustické vlnění, tedy adekvátní odpověď. Kultura se dá definovat jako síť na sobě závislých mentálních a veřejných reprezentací, síť, jejíž základní jednotku nazývá Sperber (1996) kauzálním řetězcem (*causal chain*). Kauzální řetězce mají též tři kategorie (kognitivní kauzální řetězce, sociální kognitivní kauzální řetězce a kulturní kognitivní kauzální řetězce).

Jedním z nejdůležitějších charakteristik reprezentace je to, jakým způsobem na ni reaguje lidský mozek. Nejjednodušší návod na úspěšnou reprezentaci je její simplifikace, a atraktivizace pro některý existující modul mozku (jinými slovy ji přetvořit v atraktor) (Sperber, 2006). V důsledku to znamená, že co činí reprezentaci těžší na internalizaci, zapamatování a externalizaci (tedy základní proces přijetí veřejné reprezentace, uchování reprezentace a potřeba/motivace ji transformovat do veřejné reprezentace), tudíž, co ji činí komplexnější, je organizace lidské kognice a její komunikační schopnosti. (Sperber, 1996) Tento bod je klíčový nejen pro politologickou diskuzi. Nenacházejí se odpovědi na důvody vzestupu nacionalismu, antisemitismu nebo populismu, v roce 1930, 1998 nebo 2021 spíše v lidské kognici a způsobu jejího fungování než v čistě vnějších podmínkách, jakými jsou ekonomické a sociální podmínky?

3.1.1 Kulturní reprezentace

Sperber (1996) nazývá kulturními ty reprezentace, které jsou dlouhodobě a trvale distribuovány v sociální skupině. Pokud reprezentace tyto předpoklady splňuje, neexistuje žádná hranice mezi kulturní reprezentací a individuální. Reprezentace jsou více či méně široce distribuovány, a tím pádem více či méně kulturní. Tato definice se může zdát být poněkud zvláštní. Je však nutné si uvědomit, že reálně se humanitní obory kulturními reprezentacemi *per se* nezabývají. Kulturní reprezentace se ve většině případů studují v jejich mentální podobě, rozhodně v případech, kdy se užívá dotazníkových šetření, strukturalizovaných rozhovorů apod.

Příkladem úspěšných kulturních reprezentací, jsou tzv. mysteriózní reprezentace. Ty jsou nevysvětlitelné, alespoň částečně, pro jejich nositele. Takové reprezentace jsou racionálně udržovány ne kvůli svému obsahu, ale na základě jejich zdroje. Jak také Sperber (1996) upozorňuje, napůl pochopené a mysteriózní reprezentace jsou mnohem častější a kulturně důležitější než reprezentace vědecké. Nejklasičtějším příkladem je samozřejmě náboženství, nicméně např. i konspirační teorie a do jisté míry i populismus, by bylo možné do této kategorie zahrnout. Nahlížení konspiračních teorií jako mysteriózních reprezentací může pro praktickou politologii znamenat cestu, jakým způsobem proti nim bojovat. Racionální vyvracování konspiračních teorií se totiž ukazuje jako neefektivní. Důvodem, proč tomu tak je, je (opět) nastavení lidské kognice.

3.2 Atraktory

Teorie kulturní atrakce se snaží o smíření dvou poznatků:

1. Na mikro-levelu – transmise informace mezi lidmi nebývá kopírovací proces, naopak během transmise dochází k modifikaci informace
2. Na makro-levelu – kulturní informace jsou relativně stabilní v rámci celé populace a často i napříč generacemi (Claidière, & Sperber, 2007)

Po prvním přečtení se může zdát, že poznatek číslo 2 vylučuje poznatek číslo 1. Není to však pravda. Zásadní je totiž úroveň, na které k transmisi dochází. Co se makro-levelu týče, principem kulturní stability je způsob, jakým

se jednotlivé varianty šíří. Nejedná se o náhodný způsob, odklon od původního modelu je vždy veden v rámci jedné pozice, vznikají tak shluky (*clusters*) kulturních variant kolem atraktorů, čímž si kulturní prostředí zajišťuje stabilitu. (Claidière, & Sperber, 2007) Kulturní stabilita a hlavní atraktory dané kultury se pak zpětně odráží do mikro-levelu, kde sice na individuální úrovni vždy dochází k modifikaci, ale atraktory zajišťují, že si budou všechny verze velmi podobné. Příkladem mohou být vtipy, pohádky nebo recepty. Například bramboračka je v České republice velmi rozšířená polévka, ale v různých domácnostech se budou recepty lišit. Základy – brambory, houby, majoránka – však ve většině případů budou v receptu užity. Bramboračka je v tomto případě kulturní reprezentace a brambory, houby a majoránka atraktory, kolem kterých je kulturní reprezentace vystavěna.

Dalším důležitým faktorem vztahujícím se k mikro-levelu je již výše zmíněná modularita mozku. Mentální moduly se vytvořily jako odpověď na nástrahy a výzvy prostředí, ve kterém žili naši předci. Jedná se tedy o adaptace, které jsou klíčovými faktory pro kulturní atrakci. Mají tendenci fixovat kulturní obsah v a kolem kognitivních domén, na které se specializují. (Sperber, 1996)

Samotná idea atrakčního modelu je založena na faktu, že v rámci kulturní transmise odklony neprobíhají náhodně, ale mají tendenci být nakloněny určitým směrem. (Claidière & Sperber, 2007) Příkladem kulturního atraktoru jsou například celá čísla – lépe se pamatují než např. iracionální čísla. (Sperber, 2009)

Lidská kognice může na atraktory reagovat i opačně, než by se mohlo zdát. Příkladem silných atraktorů jsou i zavedené praxe – např. styl oblékání, etiketa apod. v takových případech mají většinou podobné praktiky nízkou míru relevance a pozornost přitahuje naopak odklon od zavedených zvyků.⁹ (Sperber, 1996)

Atraktor je stejně jako transformační probabilita nebo mutační četnost statistický konstrukt. (Sperber, 1996)

V politologickém výzkumu by se k dlouhodobým a opakujícím se jevům mohlo začít přistupovat jako k atraktorům. Např. xenofobie a rasismus by byly dobrým východiskem pro takový výzkum.

⁹ I z podobných důvodů přichází Sperberův žák Boyer s teorií minimální kontraintuity. Dalším vysvětlením může být bias výjimečnosti. (Boyer, 2001)

3.3 Faktory

Pro fungování mozku jsou klíčové faktory, na které reaguje. Existence atraktorů, a tudíž i modularity lidského mozku, lze vysvětlit dvěma druhy faktorů – psychologickými a ekologickými. Prostředí (*environment*) determinuje zachování a složení kulturního prostředí. (Sperber, 1996) Obě jsou si rovny v důležitosti role, kterou v rámci ER zastávají. Co je pravdivé pro environmentální faktory kulturní stability a evoluce je taktéž pravdivé pro psychologické faktory: jsou důležité, jsou různorodé, některé jsou více limitující, a samy o sobě jsou modifikovány kognitivními kulturními kauzálními řetězci ve kterých jsou zapojeny. (Sperber, 2006)

Ekologické faktory zahrnují cykličnost situací, ve kterých se reprezentace objevuje, dostupnost externích úložišť (například existence písma) a existence institucí zabývajících se transmisí dané reprezentace. (Sperber, 1996) Psychologické a ekologické faktory jsou samy ovlivněny distribucí reprezentací. Dříve internalizované kulturní reprezentace jsou klíčovým faktorem pro přijetí nové reprezentace. (Sperber, 1996)

Psychologické faktory interagují s ekologickými faktory na několika úrovních – v rámci biologické evoluce, v rámci sociální a kulturní historie, v rámci kognitivního vývoje jedince a v rámci mikro-procesové transmise. (Sperber, 1996) Vztah těchto dvou druhů faktorů je propojen. Reprezentace může vzniknout první v podobě mentální reprezentace bez podnětu z ekologického prostředí, nebo může vzniknout jako odpověď na toto prostředí. Vždy však v rámci kauzálního řetězce spolu neustále interagují. Důležité je, že veškeré prvky reprezentací i všechny aspekty faktorů jsou materiální, a tudíž i empiricky měřitelné.

3.4 Kauzální řetězce

Kauzální řetězce jsou základní demonstrací interakce lidského mozku a vnějšího prostředí. To, co Sperber (1996) nazývá kauzálními řetězci nejsou klasicky vypadající řetězce, jako spíš komplexní sítě. Uvnitř těchto sítí nalezneme pouze dva druhy vazeb – od mentálních reprezentací k veřejné a od veřejné k mentální. Stejně jako reprezentace, která může být mentální,

veřejná a kulturní, i kauzální řetězce lze najít v zrcadlových rovinách – v podobě jednoduchého kognitivního kauzálního řetězce, sociálního kognitivního kauzálního řetězce a také v podobě kognitivního kulturního kauzálního řetězce.

Kognitivní procesy jednotlivce působí na kulturní prostředí a jsou kulturním prostředím zpětně ovlivňovány – právě v této rovině jsou na sebe navázány v kauzálních řetězcích. Aby reprezentace mohla být reprezentací, musí být produktem jednoho kognitivního procesu a zpracována dalším kauzálním řetězcem. Z logiky věci tudíž reprezentace nemůže nikdy existovat v podobě izolovaného kognitivního procesu. Každý kognitivní proces má jako vstup nebo výstup další kognitivní procesy (Sperber, 2006). Sperber (2006) nazývá takové řetězce kognitivními kauzálními řetězci (*Cognitive Causal Chains*). Podobně jako u reprezentace, i kauzální řetězce mohou dosáhnout většího, sociálního dosahu. Tím vznikají sociální kognitivní kauzální řetězce (*Social Cognitive Causal Chains*). Všechny sociální kognitivní kauzální řetězce zahrnují za 1. procesy uvnitř individuálního organismu; 2. procesy v prostředí, které organismy obývají a 3. procesy na úrovni organismus-prostředí (*organism-environment interface*) (Sperber, 2006). Na této úrovni nalezneme veřejné reprezentace – jedná se o pohyby, artefakty, šepot apod. (Sperber, 2006). Sociální kognitivní kauzální řetězce nejsou aspekty sociálního prostředí, ony samy jsou sociálním prostředím (*they are social*). Reprezentace jsou sociální do míry, do které jsou zapojeny v mezi-individuálním kognitivním kauzálním řetězci. Stejně tak kulturní kauzální řetězce nejsou aspekty kulturního prostředí, ony samy jsou kulturním prostředím. Sociální věci jsou kulturní do té míry, do které jsou zapojeny do kulturních kognitivních kauzálních řetězců. (Sperber, 2005) Sociální kognitivní kauzální řetězec je vždy napojen na kulturní kognitivní kauzální řetězec – lépe řečeno, všechny krátké a lokální sociální kognitivní kauzální řetězce jsou odnoží jednoho nebo více kulturních kognitivních kauzálních řetězců a tyto odnože přispívají k trvání samotného kulturního kognitivního kauzálního řetězce. (Sperber, 2005)

Sperber (2005) věří, že tento přístup jednoduše oddělí, co je sociální a co ne, stejně, jako co je kulturní a co ne. Uvažování o kulturním a sociálním v těchto termínech – jako o kauzální artikulaci mentálního a environmentálního dění a stavů – by mělo umožnit vytvoření naturalistické ontologie.

Pouze v případě člověka je kultura všudypřítomná. Všechny sociální kognitivní kauzální řetězce čerpají z kulturně přenášených reprezentací, i když je ne vždy přímo propagují. Domény sociálního a kulturního jsou stejně obsáhlé. Z tohoto úhlu pohledu neexistuje žádný rozdíl mezi sociálním a kulturním prostředím. Na druhou stranu, být sociální a být kulturní jsou dvě odlišné vlastnosti. Něco lze označit za sociální, pokud to taktéž zahrnuje kognitivně zprostředkovanou koordinaci mezi jedinci. Něco lze označit za kulturní, pokud to taktéž zahrnuje stabilizaci reprezentací nebo jejich produkci skrze koordinaci mezi jedinci. (Sperber, 2005) Ty řetězce, které Sperber a Hirschfeld (1999) nazývají kognitivními kulturními kauzálními řetězci jsou takové, které dosahují neurčitě do všech směrů. Sekce těchto řetězců různých velikostí a struktury stojí za to studovat samostatně. (Sperber, & Hirschfeld, 1999) To je klíč k tomu, o co se Sperber snaží. Nikdo nemůže kvalitně studovat celé kulturní prostředí, je nutné se specializovat. Sperber (2006) se sám označuje za advokáta užívání mikroskopického náhledu. Sociální život nahlíží jako síť kauzálních řetězců, které jsou dle jeho názoru lépe popsatelné jako intra-individuální a trans-individuální. Individuální a společenská úroveň, tedy ta, která je pozorovatelná, je způsobena nahromaděním mikro procesů, které lze pozorovat jen stěží. Z epidemiologického úhlu pohledu jsou kulturní kauzální řetězce komplexem kognitivních a ekologických procesů, které expandují jak v průběhu času, tak skrze populace. (Sperber, & Hirschfeld, 1999)

Jak tedy může epidemiologie reprezentací nabídnout materialistické pojetí institucí? Epidemiologie reprezentací se nezabývá studiem reprezentací, ale jejich distribucí. V některých případech jsou podobné reprezentace – např. verze jednoho mýtu – distribuovány repetitivními řetězci veřejných a mentálních reprezentací; v jiných případech, mnoho odlišných reprezentací, které si nejsou podobné vůbec, jsou zahrnuty do stejného distribučního procesu (Sperber, 1996)

Psychologové se zabývají individuálními mentálními reprezentacemi, vědci společenských věd zase reprezentacemi, které jsou v určitém smyslu kolektivní (ať už používají termín jako jsou ideologie, víra, hodnoty apod.) (Sperber, 2005). Výhodou kognitivního přístupu je tudíž holistický náhled na svět, který obýváme. Dle Sperbera (2005) takový přístup navíc pomáhá

naturalizovat hodnoty a ideologie do uchopitelných a empiricky měřitelných termínů.

Úkolem antropologa, a v tomto případě i politologa, je podle Sperbera (2005) vysvětlit opakující se struktury, k čemuž je však nutné se věnovat také psychologickým faktorům, které ovlivňují individuální případy, tedy mentální reprezentace.

Řetězec událostí nelze vysvětlit pouze tím, že odpovídá kulturnímu vzorci nebo normě. Naopak, kulturní vzorec je vzorcem, jelikož relativně idiosynkratický kauzální faktor má tendenci sbíhat se v podobných událostech. (Sperber, 2005)

3.5 Šíření

Z této kapitoly by mělo být zřejmé, že aplikace epidemiologického přístupu na politologická témata se nabízí.

Jak bylo popsáno výše, lidský mozek a jeho mentální moduly se vyvinuly jako adaptace na tehdejší prostředí. Mentální moduly (jinými slovy modularita mozku) jsou klíčové faktory pro kulturní atrakci – fungují takovým způsobem, že jednotlivé specializované domény na sebe navazují pro ně relevantní kulturní obsahy. (Sperber, 1996) Pro moderního člověka, zvláště v dnešní době obklopeného sociálními sítěmi, zavaleného informacemi, a zvláště pro jeho kognici je nejvíce problematický fakt, že lidský mozek a jeho mentální kapacita zůstává po generace neměnná (Sperber, 1996). Adaptace, které mohly být pro člověka výhodné před čtyřmi tisíci lety, se tudíž mohou stát maladaptacemi.

Další problematikou týkající se fungování lidského mozku je fakt, že mysteriózní ideje jsou více evokativní, a tudíž lépe zapamatovatelné než vědecká fakta (Sperber, 1996). Nejvíce evokativní reprezentace jsou dle Sperbera (1996) takové, které jsou blízké již existujícím mentálním reprezentacím jednotlivce, a zároveň jim nikdy nemůže být dána finální interpretace. Sperber (1996) je nazývá mysteriózními reprezentacemi nebo relevantními záhadami (*relevant mysteries*) a jsou to právě tyto relevantní

záhady¹⁰, které jsou kulturně úspěšné. Asi nejznámějším příkladem je náboženství. Náboženství také bylo původním cílem Sperberovy práce, zcela evidentně se však za relevantní záhadu můžou označit např. konspirační teorie.

Kulturní úspěch těchto reprezentací je zaručen několika faktory. Prvním je autorita zdroje – jakkoli neracionální se některé reprezentace mohou zdát, nejsou drženy díky své racionalitě, ale díky věrohodnosti zdroje. Takovým zdrojem může být učitel, rodič, politik apod. (Sperber, 1996). Další faktor je psychologického charakteru. Sperber (1996) je nazývá podmínkami zapamatovatelnosti a atraktivity (*conditions of memorability and attractiveness*). Podmínky zapamatovatelnosti a atraktivity jsou zároveň ovlivňovány ekologickými faktory, které ve své celistvosti nazývá Sperber (1996) kulturním prostředím (*cultural environment*). Kulturní prostředí není pro Sperbera abstraktní pojem, vzhledem k jeho materialismu by ani nemohl být. Jedná se o součet všech veřejných reprezentací, které jsou zapojeny do kauzálního vztahu s mentálními reprezentacemi. Jinými slovy se jedná o synonymum k fyzickému prostředí – od příspěvku na Facebooku až po předvolební plakát. V kulturním prostředí kulturní transmise a odklony neprobíhají náhodně, ale mají tendenci být nakloněny určitým směrem. (Claidière, & Sperber, 2007). Kulturním atraktorem se může stát cokoli, některé se rychle objeví a rychle zmizí, jiné jsou stálejší. Některé změny v atraktorech lze vysvětlit pouze ekologickými faktory – vyprázdněním ekologické niky a ztracení ekonomické atraktivity atraktoru (Sperber, 1996) – příkladem může být např. zájem české veřejnosti o americké radary a NATO základny celkově.

Nejčastěji však dojde ke změně v atraktorech spoluprací ekologických a psychologických faktorů (Sperber, 1996) – zde by za příklad mohl sloužit případ ztráty podpory SPR-RSČ mezi lety 1996–2002.

¹⁰ Zároveň se jedná o reflektivní ideje (Sperber, 1996), nemusí se nutně jednat o záhady typu bílé paní nebo UFO.

4 Populismus

Populismus je nesmírně populární téma, ať už je diskutován v kontextu politologie, sociologie, v médiích nebo na sociálních sítích. Co se samotné politologie týče, objevuje se v ní problematika populismu minimálně od 70. let, v nejznámějším případě v podobě Ernesta Laclaua a jeho práce *Politics and Ideology in Marxist Theory* z roku 1977, opravdu velkým tématem je však hlavně v posledních dvaceti letech. Cas Mudde (2004) mluví dokonce o tzv. populistickém *Zeitgeistu*. Je konceptualizace populismu, nebo dokonce samotná základní optika, kterou se, zvláště západní politologie na populismus jako fenomén dívá empiricky a teoreticky obhajitelná? Lze totiž pozorovat nedostatky jak v teoretickém základu, tak v empirických výsledcích, které obsahují v množství případů slabý kauzální vztah.

Faktem každopádně zůstává, že populismu se věnuje velké množství autorů. Poměrně velká část studií se zabývá definicí populismu (např. Laclau, 1977; Mudde, 2004, 2007; Moffitt, & Tormey, 2014 apod.), další pak nakažlivostí populismu (Mudde, 2004; Norris, 2005), populismu extrémní pravice (Rydgren, 2005, Bale et al., 2010), veřejnými debatami v populismu (Rooduijn, 2014) nebo politickými programy (Rooduijn, de Lange, van der Brug, 2012).

Práce se soustředí na problematiku definic, jelikož právě ta se dá považovat za teoretický základ všech navazujících prací. A právě na způsobu kategorizace je problematika konceptualizace populismu zřejmá. Někteří akademici identifikují tři definiční rámce populismu (např. Wyland, 2017; Mudde 2007, 2009, 2017; Ostiguy, 2017), někteří zase čtyři (Moffitt, & Tormey 2014). V této práci je pro identifikaci základních teoretických kategorií použita konceptualizace představena v *Oxford Handbook of Populism*, a to:

1. populismus jako ideologie (*Ideational Approach*)
2. populismus jako politická strategie (*Political-Strategic Approach*)
3. populismus jako socio-kulturní fenomén (*Socio-Cultural Approach*)

Dále práce vychází hlavně z prací Case Muddeho, Pierra Ostiguye, Kurta Weylanda, Matthijse Rooduijna nebo Benjamina Moffitta a Simona Tormeye.

Populistická část práce je rozdělena do několika kapitol. V rozdělení kapitol byl velkým vzorem článek Benjamina Moffitta a Simona Tormeye,

jejichž článek *Rethinking Populisms* lze považovat za jeden z nejlepších článků, které se zabývají základní konceptualizací populismu. Ovšem ani s jejich přístupem, který označuje populismus jako politický styl (*political style*) nelze optikou této práce souhlasit. Co se obsahu kapitol týče, nejdříve jsou načrtnuty problémy spojené se samotnou konceptualizací populismu jako fenoménu. Jsou představeny základní teoretické směry a také je upozorněno na principiální problémy s těmito přístupy spojené. Dalších několik kapitol se zabývá třemi nejčastěji používanými koncepty populismu. Jak je již popsáno výše, jedná se o populismus jako ideologie (*ideational approach*), propagovaný asi nejznámějším evropským politologem na téma populismu Cas Muddem. Dále se práce obsahově věnuje konceptu populismu jako politické strategii (*political-strategist approach*), jež je z definičních rámců asi nejširší a v poslední době hojně využívána. Poslední kapitolou pak je koncept populismu jako socio-kulturního fenoménu (*socio-cultural approach*). Tato konceptualizace je zahrnuta hlavně z toho důvodu, že je, na minimálně českou politologii, velmi antropologicky zaměřená.

Vzhledem k tomu, že je kladen důraz na potenciální přínos kognitivního přístupu, věnuje se celá kapitola konceptu kognitivní politologie, a to primárně aplikací epidemiologie reprezentací na výzkum populismu. Je zde rovněž ukázáno, že vedlejší obory zabývající se politologií – zvláště pak mediální studia – již vychází z kognitivních věd a jejich výzkumy jsou velmi přínosné.

4.1 Problémy populismu

„Populism is notoriously hard to grasp and has long been one of the most `contested` concepts in the social sciences.“ (Weyland, 2017)

O populismu toho bylo napsáno již skutečně mnoho, jedná se o jeden z nejvíce debatovaných konceptů v rámci politologie, a jak ironicky poznamenává Daniel Rueda (2020) i tento fakt se stal jakousi stálicí v pracích zabývajících se populismem. Jednoduše řečeno, autoři zabývající se populismem se shodnou, že se neshodou, byť se konsenzus v průřezu konceptů již postupně nachází. Vzhledem k tomu, že tato práce nemá být výčtem různých definic

a obtíží s nimi spojených, vychází z *Oxford Handbook of Populism*, která popisuje tři nejužívanější definiční rámce.

Existuje sice shoda na jednotlivých znacích populismu, problematická je však konceptualizace kategorií, které jsou užívány k jeho deskripci. Průvodním jevem výzkumů a prací na téma populismu je tedy velká míra soutěživosti. (Moffitt, Tormey, 2014).

Byť existuje několik základních přístupů, jak konceptualizovat populismus, a lze dokonce identifikovat dominantní přístup, stále neexistuje stoprocentní shoda na tom, jak populismus správně uchopit. Ve svém kritickém článku Moffitt a Tormey (2014) dokonce mluví o pokusech dominantních přístupů sestrojít kvadraturu kruhu (*to fit a square peg in a round hole*) a o neschopnosti identifikovat specifika fenoménu.

Tato část práce podobně, jako práce výše zmíněných autorů, představuje kritiku stávajících dominantních a nejvíce užívaných konceptualizací populismu. Aby nezůstalo pouze u kritiky, je zde představen populismus i jako kognitivní fenomén. Na příkladu populismu je dále načrtnuto, jak potenciálně výhodné by bylo pro politologii interdisciplinární propojení s kognitivními vědami obecně. Následující kapitoly se tudíž zabývají třemi přístupy: 1. populismem jako ideologií; 2. populismem jako politickou strategií a 3. populismem jako socio-kulturním fenoménem, s podkapitolou zabývající se populismem jako politickým stylem (*political style*).

4.2 Populismus jako ideologie (Ideational Approach)

„Ideový přístup byl vždy součástí studia populismu.“ (Mudde, 2017)

Výzkum populismu není novým trendem v politologii. Ernesto Laclau se jím zabýval už v sedmdesátých letech. Už tehdy bylo nahlíženo na populismus jako na ideologii. Sám Laclau popisuje čtyři základní přístupy ve studiu populismu. Tři jej pokládaly zároveň za hnutí (*movement*) a za ideologii (*ideology*). Čtvrtý jej redukoval na čistě ideologický fenomén. (Laclau, 1977)

V posledních letech získává ideový přístup opět na popularitě, a to zvláště v komparativní politologii, a tím pádem zvláště u evropských

akademiků – nejznáměji Mudde (2004, 2017), dále pak Abst a Rummens (2007), Rooduijn (2012) nebo Canovan (2002).

Neznámější je definice Muddeho z roku 2004. Populismus označuje za ideologii, která rozděluje společnost do dvou homogenních, antagonických skupin, z nichž jedna je složena z „čistého lidu“ (*the pure people*) a „zkorumpované elity“ (*the corrupt elite*). Tato ideologie je založena na přesvědčení, že politika by měla být výrazem obecné vůle lidu (*general will of the people*). (Mudde 2004) Zásadním prvkem je také koncept úzké ideologie (*thin-centered ideology*). (Mudde, 2017) Úzká ideologie pro Muddeho a Kaltwassera (2018) znamená, že populismus neexistuje v čisté formě, ale lze ho propojit i s jinými ideologiemi. Je tudíž aplikovatelný nejen skrz-nacionálně, ale i skrz-ideologicky. Koncept úzké ideologie nepřekvapivě používají např. Koen Abts and Stefan Rummens (2007), Matthijs Rooduijn (2014), Matthijs Rooduijn, Wouter van der Brug a Sarah de Lange (2012) nebo Cristóbal Rovira Kaltwasser (2012).

Dle Muddeho (2017) jsou hlavními výhodami tohoto přístupu:

1. „odlišitelnost (*distinguishability*) – dokáže vymezit jasné hranice, a tudíž identifikovat *ne-populismus (non-populism)*;
2. umožňuje vytvořit *logické taxonomie (categorizability)*;
3. umožňuje *mezinárodní a meziregionální komparaci (travelability)*;
4. *přizpůsobivost (versatility)* – lze být aplikován na různých úrovních analýzy.“

Pro Muddeho je koncept úzké ideologie výhodný zvláště ve své aplikovatelnosti v komparativním, empirickém výzkumu, v němž lze populismus jasně identifikovat a dále tento koncept přenášet jak v regionálním, tak národním měřítku. Mudde však přiznává i slabiny ideového přístupu, který sice zdůrazňuje rétoriku progresivní a přímé demokracie, zároveň však přehlíží zásadní definiční prvek, a to top-down přístup (*top-down leadership*) (Mudde, 2017).

S takovým závěrem nelze souhlasit. Mudde a další totiž předpokládají existenci konceptů lidu, zkorumpované elity, obecné vůle apod. Součet názorů nelze nikdy vztáhnout na obecnou rovinu – součtem odpovědí v dotazníkovém šetření nevznikne názor zkorumpované elity, nebo obecné vůle. Tím by se totiž např. obecné vůli přiřkla potenciální kauzální moc. Zajímavý je z kognitivního

hlediska bod číslo tři. Kognitivní přístup nabízí možnost jakékoli komparace – není vázán hranicemi, kontinenty nebo etnicitou, jelikož jeho základním východiskem je fungování lidské kognice, která je univerzální.

4.3 Populismus jako politická strategie (Political–Strategic Approach)

„Populismus jako politická strategie má s ideovým přístupem mnoho společného, staví se však k tomuto přístupu poměrně kriticky.“ (Weyland, 2017)

Populismus je v rámci tohoto přístupu nejlépe definován jako politická strategie, která má právo vládnout skrze jediného vládce, jenž je legitimován na základě přímé, nezprostředkované, neinstitucionalizované podpory velkého množství hlavně neorganizovaných následovníků (*followers*) (Weyland, 2017). Důležité je, že „lid“ (*the people*) z hlediska populismu bere zpět moc do vlastních rukou, a tím tak končí nadvláda zkorumpovaných elit. (Weyland, 2017)

V základu takového konceptu populismu Weylanda (2017) tedy je:

1. *„kvazi-přímý (quasi-direct), nezprostředkovaný vztah mezi vůdcem a jeho následovníky¹¹*
2. *mobilizovaný lid, jehož obecná vůle (will of the people) je reprezentována a ztělesněna v osobě vůdce.“*

Populismus jakožto politická strategie je tedy silně propojen s postavou vůdce. Lze tudíž logicky sklouznout k závěru, že vůdce musí být charismatický. Podle Weylanda (2017) tomu tak není, přesto by měl být minimálně schopný vytvořit takový obraz, aby jeho voliči věřili v jeho neobyčejné a téměř až nadpozemské schopnosti. Právě pouto, které je tvořené vírou v takové schopnosti udržuje a také zintenzivňuje populismus. (Weyland, 2017). Celý populismus se dle Weylanda (2017) točí kolem oportunistu personalizovaného lidového vůdce. Aby si leadři zabezpečili dostatečnou míru flexibility, tak se odmítají vyhranit v rámci jakéhokoli světónázoru, ideologie nebo diskurzu. (Weyland, 2017) Politicko-strategický přístup tudíž nezahrnuje úzkou ideologii do výčtu charakteristik populismu, na rozdíl od výše zmíněného přístupu reprezentovaným zvláště Muddem.

¹¹ Anglické výrazy „*leader*“ a „*followers*“ mají, minimálně pro mě osobně, méně negativní konotace než české ekvivalenty „vůdce“ a „následovník“. Osobně bych byla pro užívání anglických termínů, čímž by mohlo dojít i k de-démonizaci populismu, jakožto konceptu.

Weyland (2017) tvrdí, že komponenty tvořící populismus jako politickou strategii jsou často vítěznou strategií, která je schopná si politickou moc také udržet. Politicko-strategický přístup vyjímá z populismu extrémní pravici a zahrnuje pouze ty pravicové politiky, kteří jsou schopni flexibility při získávání příznivců – což ve výsledku znamená, že dle Weylanda (2017) nelze označit Jean-Marie Le Pena za populistu, ale jeho dceru (Marine Le Pen) již ano. Politicko-strategický přístup je dle Rueda (2020) využíván i akademiky ne nutně se identifikujícími s tímto přístupem; jako příklad nabízí například práci Alana Ware nebo George Betze.

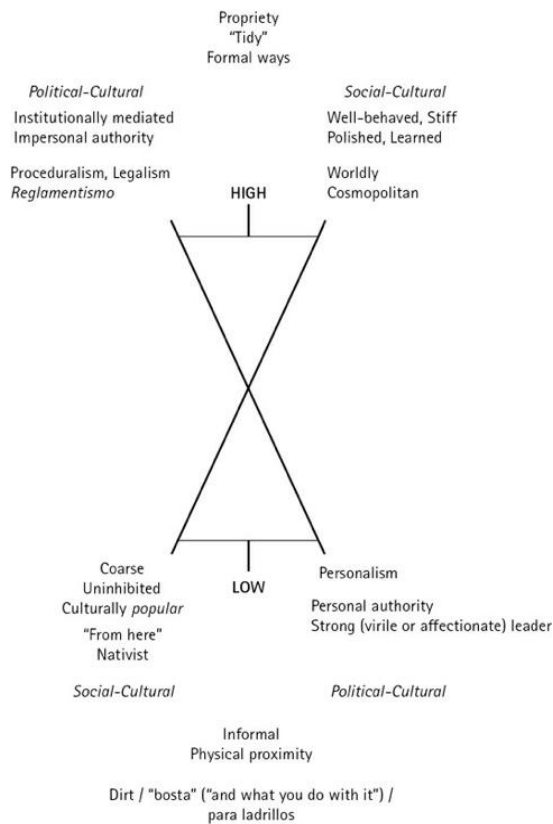
I v tomto přístupu je problematické využívání abstraktních pojmů, kterým je následně přisuzována kauzální moc. Na Weylandův přístup by však do jisté míry bylo možné aplikovat kognitivní přístup. Například v rámci flexibility názorů by bylo možné identifikovat takové reprezentace, které populističtí politici využívají a zkoumat tak složení modulů, přitahující populistické znaky.

4.4 Populismus jako socio-kulturní fenomén (Socio-Cultural Approach)

Socio-kulturní přístup, jak již vypovídá název, zdůrazňuje socio-kulturní dimenzi, která je dle Ostiguye (2017) často opomíjena, a to zvláště v politologii. Právě socio-kulturní dimenze a sociologické aspekty nejsou zahrnuty ve výše zmíněných přístupech Muddeho a Weylanda. Socio-kulturní přístup se nejvíce snaží o normativně neutrální definici populismu se zaměřením na logiku populistických příznivců, která je v souladu s antropologickými zákony. (Ostiguy, 2017)

Základním poznávacím znakem socio-kulturního přístupu je jeho využívání os. Ostiguy (2017) používá nejen levo-pravé spektrum (*left a right*), ale také vertikální spektrum – kategorie *high a low*. Tyto politické kategorie jsou pro Ostiguye (2020) propojené a nemohou být nahlíženy izolovaně. Osa nahoře-dole (*high-low axis*) odpovídá způsobu chování v politice. Z tohoto hlediska je osa mnohem více kulturní než pravo-levá osa. Osa nahoře-dole zahrnuje úroveň jazyka, akcentu, řeč těla, veřejná gesta i způsob oblékání. Změna jednotlivých aspektů je o poznání těžší důvěryhodně změnit než aspekty pravo-levého spektra. Nahoře-dole je v mnoha ohledech o osobních projevech ve veřejném

prostoru, nebo naopak o zveřejňování soukromé osobnosti (*publicization of the private man*). (Ostiguy, 2020)



Obrázek 1 Konstitutivní dimenze nahoře-dole v politice (Ostiguy, 2017)

Z hlediska socio-kulturního přístupu se populismus nachází na ose dole (*on the low*) ostentativně se projevující na veřejné scéně (*public scene*) (Ostiguy, 2017). Ostiguy (2020) zároveň „populistické dole“ popisuje jako „radostné znesvěcení horního“ (*joyful desecration of the high*).

Empiricky lze tuto teorii studovat z hlediska performace a praxe politiků, tudíž audiovizuálně. Pokud expresivní performace populistického vůdce (*performed expressive self of a populist leaders*) funguje, vytváří identifikaci vertikální, tedy s vůdcem, a zároveň i horizontální, tedy mezi následovníky (*compañeros*). (Ostiguy, 2020)

Performativnost by bylo možné kognitivně zkoumat, problematičké je ovšem základní osové rozdělení.

4.4.1 Populismus jako politický styl (Political Style)

Populismus jako politický styl je kognitivnímu přístupu nejbliže, zaměření se na performaci je jen krok od zkoumání kognitivních aspektů. Moffit a Tormey jsou i přes všechnu snahu uvězněni v lingvisticko-antropologické smyčce.

Klíčovým posunem vpřed je fakt, že se autoři v rámci konceptualizace přesouvají za čistě komunikační a rétorické elementy a zdůrazňují performativnost politického stylu. Koncept politického stylu definují jako repertoár performací, které vytváří politické vztahy. (Moffit, Tormey, 2014) Co se samotného populismu týče, zaměřují se na interakci a performační vztah mezi vůdcem a jeho následovníky (Moffit, Tormey, 2014), což odpovídá zahrnutí přístupu do socio-kulturního, jelikož je jediný, který se nezabývá obsahem populistické ideologie. Centralita performativnosti v politice se zdůraznila zvláště s celodenním cyklem zpráv a informací. V době sociálních sítí jsou to spíše projevy politiků, které jsou zkoumány a vystavovány debatě více než samotné předkládání politicko-legislativních návrhů. (Moffit, Tormey, 2014)

Populistický styl sestává z náhledu, že lid (*the people*) je skutečným arbiterem selského rozumu (*common sense*). Populistické výzvy vychází hlavně z jejich odmítání vhodného způsobu chování se v politickém diskurzu. (Moffit, Tomrey, 2014)

Výhoda pojetí populismu jako populistického stylu je dle Moffita a Tormeyho (2014) v jeho schopnosti rozpoznat populismus od dalších politických stylů (technokratického, autoritářského nebo post-reprezentativního) a klást si otázky, proč jsou některé styly populární v různých časových obdobích.

Nejvíce problematickým prvkem je stále důraz na abstraktní prvky lidu a selského rozumu, kterým se zabývá kapitola Problémy konceptualizace (4.5.).

4.5 Příklad mediální logiky a logiky sociálních médií

Vztah populismu a médií je v rámci politologického výzkumu také často se objevující téma. V *The Oxford Handbook of Populism* je této problematice věnována minimálně jedna kapitola.

Mediální logika vychází z konceptů ze 70. let 20. století a prezentuje svět jako kontinuální tok informací a událostí. (Dijck, & Poell, 2013) Po době, kdy byl nejrozšířenějším médiem rozhlas a noviny, se do popředí dostává televize. Televizní kamery a nové technologie zintenzivňují zážitek – nejedná se již o pouhá psaná slova – lze vidět krev obětí autonehod, střeleb apod., to vše přidává prvkem emocionality, který zvyšuje televizní potenciál, jelikož upoutá větší množství diváků (Dijck, & Poell, 2013). Již zde je patrná kognitivní stopa. To vše je provázáno prvky komercionalizace a pobavení (Dijck, & Poell, 2013). I Manucci (2017) upozorňuje na fakt, že kvůli komercionalizaci médií jsou novináři nuceni přistupovat na jednodušší způsob vysvětlování politických záležitostí tak, aby byly zprávy zajímavé pro nejširší možné publikum. A právě populistický diskurz (anti-elitismus a zameření na obyčejné obyvatele) s komercionalizací silně rezonuje. Komercionalizace, nebo také marketizace (*marketization*) mediální logiky vzniká jako by-produkt třetí fáze medializace v polovině 90. let 20. století a je spojena s fragmentací, všudypřítomností a nadbytkem mediálních zdrojů. (Blumler & Kavanagh, 1999 in Manucci, 2017) Základní charakteristiku je možné nahlížet jako intenzivní kapitalizaci mediálního prostoru. Vzhledem k tomu, že nyní média musí více soutěžit o reklamní nabídky, a také o čtenáře, kladou větší důraz na senzaci a na osobnost, a tudíž propagují populistický diskurz (Manucci, 2017).

S příchodem nového tisíciletí přichází i nové formy médií. Akademická obec na tuto skutečnost musela reagovat, a tak se postupem času vytváří koncept logiky sociálních médií, která se v mnoha ohledech od mediální logiky liší. Logiku sociálních médií, která vznikla díky příchodu nových technologií a ekonomických a socio-kulturních mechanismů, definují Dijck a Poell (2013) pomocí 4 klíčových prvků: 1. programovatelnosti (*programmability*); 2. popularity (*popularity*); 3. konektivity (*connectivity*) a 4. datafikace (*datafication*)¹². Programovatelnost sestává ze dvou částí. První je čistě technická a jedná se o schopnost sociálních sítí neustále vytvářet nový obsah, tzn. užívá takové algoritmy, které přimějí uživatele na jednu stranu vytvářet obsah a na stranu druhou s obsahem dále interagovat a komunikovat ho dál. (Dijck, & Poell, 2013) Druhá část programovatelnosti je zaměřena na lidský

¹² Datafikace je pro účely této práce okrajová, proto ji v kapitole nevěnuji pozornost.

prvek – uživatel totiž může algoritmům odolávat (Dijck, & Poell, 2013), správci sociální sítě tak ví, jakým směrem mají algoritmy upravovat. Tento prvek využila např. společnost Facebook.

Programovatelnost hraje centrální roli v logice sociálních médií a ovlivňuje nejen samotné uživatele, ale také reklamy, Public Relations (PR) a ostatní veřejné diskurzy. (Dijck, & Poell, 2013)

Dalším principem logiky sociálních médií je popularita – algoritmy sociálních sítí vyvinuly velmi sofistikovaný způsob, jak třídit populární obsah (Dijck, & Poell, 2013), problémem však zůstává, že populární obsah bude z velké míry pro společnost škodlivý.

Dalším, a ve světě dominovaném sociálními médii asi nejdůležitějším prvkem, je konektivita. Sociální sítě spojují uživatele se stejnými zájmy, např. pomocí personalizovaných doporučení, automatizovaných formování skupin apod. (Dijck, & Poell, 2013). Gerbaudo (2018) mluví o formování online skupin (*online crowds*) skrze tzv. síťový efekt (*network effect*), což odpovídá principu konektivity. Online skupiny seskupují uživatele, kteří by se bez existence sociálních sítí nikdy nepotkali.

Optimálním příkladem je kauza Facebook Papers. Z dokumentů zveřejněných Frances Haugen vyplývá mimo jiné to, že Facebook využívá algoritmů takovým způsobem, aby lidé zůstávali na platformě co nejdéle. Takový algoritmus v sobě však zahrnuje nabízení příspěvků, které vyvolají nejextrémnější reakce (Alcantara, & Oremus, 2021). Počínaje rokem 2017 Facebook zvolil taktiku, při které měla reakce „to mě štve“ pětinasobnou váhu oproti reakci „to se mi líbí“. Následek? Na tzv. stěně se uživatelům zobrazovaly hlavně příspěvky, které vyvolávaly reakci „to mě štve“ a tudíž udržovaly uživatele na platformě déle. (Lima, 2022) Jaký obsah bude mít článek vyvolávající hlavně reakci „to mě štve“? Podle analytiků společnosti Meta takový, který lze označit za toxický a dezinformační. (Lima, 2022) Guillem Rico, Marc Guijoan a Eva Anduiza se ve svém článku *The Emotional Underpinnings of Populism: How Anger and Fear Affect Populist Attitudes* (2017) zabývají emocionální stránkou populismu a argumentují, že nejvíce podporuje zlobu, nikoli strach. Dle jejich zjištění, je populismus silně spojen s emocí hněvu – inklinaci k populismu budou více pociťovat lidé již hněv pociťující, a zároveň je v hněvu budou populistické ideje udržovat (Rico,

Guinjoan & Anduiza, 2017). Z Facebooku se tudíž stalo místo, které je našťvané a polarizované (Alcantara, & Oremus, 2021), tedy přesně takové místo, které nahrává do karet populistickým politikům a extrémním názorům. Důležité je také poukázat na fakt, že dle studie Schultz z roku 2018 populističtí voliči nejčastěji čerpají informace ze sociálních sítí, hlavně z Facebooku.

Politický geograf Robert Kaplan se ve své knize *Pomsta Geografie (The Revenge of Geography)* dotýká problematiky sociálních sítí a jejich potenciálním dopadem na úroveň demokracie ve světě. Píše, že dav, vyzbrojený sociálními médii jako jsou Twitter a Facebook, bude živen přesně tou pravdou, kterou mu autokratičtí vládcové upírali. (Kaplan, 2013) Nacionalismus, extremismus, touha po demokracii, to všechno jsou výsledky davových uskupení, a tedy projevy snahy uniknout osamělosti. Je to osamělost, kterou zmírňují sociální sítě jako Twitter či Facebook a která v konečném důsledku vede k rozpadu tradičních autorit a vytváření jejích nových druhů. (Kaplan, 2013)

4.6 Problémy konceptualizace

Hlavní problémy ve výše zmíněných přístupech objevující se taktéž ve většině studií, je podobný kritice Moffita a Tormeye (2014), že všechny přístupy používají problematické pojmy pro kategorizaci populismu.

Populismus je, jak již bylo řečeno, velmi těžký na uchopení, alespoň z politologické perspektivy. Pokud by se do politologického diskurzu vnesl kognitivní aspekt, nemuselo by tomu tak být. Následující kapitola se soustředí na výčet chybných kroků ve všech výše zmíněných přístupech. Jsou představeny jednotlivé výzkumy, které jsou založeny na teoretickém základu buď toho, či onoho přístupu a je ukázáno, jakým způsobem tyto přístupy determinují neúspěch empirických výzkumů.

Ve výzkumu na toto téma jsou identifikovány minimálně 4 problematické komponenty, přičemž všechny jsou vázány na primární problém v definičním rámci, a tudíž v teoretickém základu. Mezi hlavní problematické komponenty patří: užívání abstraktních pojmů, s tím spojená problematická operacionalizace a zaměření na nepodstatné prvky (např. politické programy), dále pak přelévání do příbuzných oborů.

4.6.1 Abstrakce pojmů

Podle Muddeho (2004) populistický volič chce, aby se řešily problémy obyčejného člověka (*the common man*) takovým způsobem, aby odpovídal jeho vlastním hodnotám, které jsou často označovány jako selský rozum (*common sense*). Takové explanace evokují Platonův předpoklad existence světa idejí, ve kterém existuje ideální typ obyčejného člověka a selského rozumu. Z kognitivního hlediska neexistuje kategorie „obyčejného člověka“, ani „selského rozumu“. Přijetím optiky, skrze kterou podobné kategorie existují *per se*, by se jim automaticky přisoudila schopnost vytvářet kauzální vztahy, které z kognitivního hlediska nemají.

Přístup k součtu individuálních názorů je skutečně jedním z nejvíce problematických míst. Součtem individuálních názorů nevznikne kolektivní názor populace, nevznikne žádná „obecná vůle“ nebo „*common sense*“. Součtem individuálních subjektivních názorů vznikne vždy jen souhrn individuálních názorů. Každý jednotlivý individuální názor, je reprezentován mentální

reprezentací, a pokud je obsah této reprezentace dostatečně atraktivní a zapamatovatelný, vzniká pak pravděpodobnost, že ji bude jedinec chtít prezentovat ve formě veřejné reprezentace, a tím tak ovlivní kulturní prostředí.

Výrok, že „uprchlíci nám budou brát práci“ je v poslední době silně přítomen ve veřejném prostoru, nikdy se však nebude jednat o názor „obyčejného muže“ v definici, jak s ní pracují politologové typu Muddeho. Například Rooduijn, de Lange a van der Brug (2014) nabízí vysvětlení anti-elitismu následovně: je namířen na jakýkoli druh elity, mohou být kulturní, ekonomické nebo politické. Bez rozdílu jsou obviněny z ignorování muže ulice (*man in the street*) a z implementování takových kroků, které jsou výhodné pouze pro ně. Abts a Rummens (2007) zase popisují populistický způsob řešení problémů tak, že nabízejí jednoduchá řešení pro komplexní politické problémy, a to velmi přímou řečí – dovolávání se selského rozumu lidu (*the common sense of the people*) a odmítáním intelektualismu zavedených elit. Kognitivní přístup by nesouhlasil s výše představenou optikou a vztah by obrátil. Otázky, které by si kognitivně zaměřený politologický výzkum kladl by vycházely od jednotlivce. Jaké důvody vedou jednotlivce k volbě populistických stran? Jaké reprezentace jsou pro populistického voliče klíčové?

4.6.2 Operacionalizace

Problematika abstraktních pojmů se nutně přelévá i do empirického výzkumu. Například Noam Gidron a Peter Hall (2017) ve svém článku *The politics of social status: economic and cultural roots of the populist right* zkoumají, jakým způsobem ovlivňuje sociální a kulturní status podporu pravicového populismu v rámci „bílé pracující třídy“ (*white working class*). Jejich výzkum dokázal, že lidé se subjektivně nižším sociálním statutem jsou více nakloněni k pravicovému populismu, a že s poklesem subjektivního sociálního statutu jsou lidé více přesvědčeni, že člověk musí být zkorumpovaný, aby dokázal dosáhnout ekonomických a sociálních úspěchů. Kognitivní otázka zní následovně: skutečně Gidron a Hall operacionalizovali „bílou pracovní třídu“? Zkoumali skutečně to, co si mysleli, že zkoumají? Kognitivní odpovědi na obě otázky je ne. Součtem subjektivních – tedy mentálních reprezentací jednotlivce – nikdy nevznikne kolektivní názor. Ztotožňováním kolektivních

pojmu se součtem subjektivních názorů vzniká základní teoreticko-empirický problém všech výše zmíněných přístupů.

4.6.3 Zaměření na nepodstatné prvky

Například Rooduijn, de Lange a van der Brug (2014) vychází z Muddeho přístupu populismu jako úzké ideologie. Jejich výzkumnou otázkou je, zdali se programy hlavních stran staly více populistickými. Tímto způsobem konceptualizují populismus z hlediska vlastností populistických sdělení spíše než vlastností aktéra vysílajícího sdělení. Volební programy vybrali ze dvou důvodů: „1. jedná se o autoritativní dokument, který nabízí jasný postoj strany k zásadním problémům; 2. jedná se o vhodný prvek pro komparativní analýzu, kterou lze použít i v rámci času a napříč státy.“, (Rooduijn, de Lange, van der Brug, 2014) Z kognitivního pohledu se akademici příliš často zabývají prvky, které dnes již nejsou tolik palčivé. V době simplifikace, neustálého toku informací a personalizace sociálních sítí se soustředění se na politické programy jeví jako irelevantní. Dalším problémem této studie je, že autoři nijak nezkoumají, jaké množství voličů politické programy čte. Studie Schultz (2018) navíc ukázala, že populističtí voliči čerpají informace převážně z Facebooku a z bulvárního tisku. Sociální sítě jsou ideálním prostředím pro aplikaci epidemiologického přístupu. Jedná se o místo, kde lze nalézt materializované mentální reprezentace – např. status populistického politika – které začnou vytvářet kauzální komunikační síť – odpovědi, reakce, sdílení – a lze tudíž zkoumat celý proces šíření populistické reprezentace. Dále lze zkoumat, které populistické reprezentace jsou úspěšnější než jiné. Teoreticky by největší kauzální moc měly mít takové reprezentace, které jsou jednoduše komunikované a vyvolávají pocit hněvu.

Jacobs, Akkerman, Zaslove (2018) se zabývají otázkou, zdali populističtí voliči preferují a podporují referenda. Je otázkou, jaký závěr pozitivní potvrzení jejich hypotézy přinese. Každopádně, je třeba ocenit zaměření se na populistického voliče. Svou studii uzavírají tím, že doufají, že se větší důraz populistického výzkumu do budoucna zaměří na postoje voličů (Jacobs, Akkerman, Zaslove, 2018). I s tímto problémem by kognitivní přístup pomohl.

4.6.4 Přelévání do příbuzných oborů

Teoretické základy a výše zmíněné definiční rámce se také přelévají do příbuzných oborů, zkoumající populismus z jiné perspektivy. Např. Claes de Vreese et al. se v článku *Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective* (2018) zabývají vlivem sociálních sítí na rozšíření populismu z hlediska mediální logiky. Již od počátku jsou však limitováni, jelikož vnímají populismus jako ideologii a používají abstraktních kolektivních pojmů, které definují jako centrální pro populistický diskurz: 1. „lid“ (*the People*), 2. boj proti zkorumpované elitě s možným rozšířením na 3. identifikaci outsiderů.

Jak je detailněji popsáno níže, mnohem lepší by bylo identifikovat atraktory vázající populistický obsah, jako je například emoce hněvu, nebo negativní a expresivní výrazy.

5. Diskuze

„I am not wanting to turn all anthropologists into epidemiologists; I merely want to rise an interest in this alternative approach.“ (Sperber, 2006)

Vzhledem k tomu, že kognitivní vědy se v politologii nevyužívají, následuje přehled prvků, které jsou pro politologii potenciálně nejpřínosnější.

Mezi základní teoretická východiska kognitivního přístupu patří holistické nahlížení na svět, které umožňuje naturalizovat mentální i veřejné reprezentace (ideologie, hodnoty, víru apod.) a přenášet je do empiricky měřitelných termínů. V případě studia kulturních reprezentací se na ně opět musí nahlížet optikou materialismu a naturalismu. Kulturní reprezentace nelze zkoumat jako kolektivní fenomén. Jak takový fenomén operacionalizovat? Pokud se zkoumá populistický *Zeitgeist*, lze ho „měřit“ např. na volebním zisku populistických stran, ale volební výsledek není kategorie *per se*. Jedná se o součet volebních lístků pro tu, či onu politickou stranu a za volebním lístkem se skrývá lidská kognice. Reprezentace je tudíž nejlepší zkoumat v jejich mentální a veřejné formě, tedy v podobě internalizované (pod tuto kategorii by spadala například dotazníková šetření) nebo v podobě externalizované (např. statusy na sociálních sítích, politické projevy apod.). Kulturní reprezentace, či makro-fenomény jsou vždy výsledkem kumulativního efektu dvou druhů mikro-mechanismu, a to individuálních a inter-individuálních, skrze které probíhá transformace a tranzice respektive.

Filozoficky řečeno, kognitivní přístup se přiklání k nominalismu a s tímto postojem je logicky spojena kritika domnělého redukcionismu. Na ten Sperber (1996) odpovídá poněkud ironicky tím, že skutečný, a hlavně vědecký, redukcionismus je pro vědu užitečný, nikoli naopak. Autorka práce byla sama na počátku svého studia kognitivních věd skeptická a redukcionismus byl jedním z hlavních předmětů její kritiky kognitivních věd. Ale to, že je kulturní fenomén redukován na to, čím skutečně je – tedy kumulativní efekt individuálních a inter-individuálních mikro-mechanismů – je pro vědu přínosné. Díky redukcionismu se výzkum nemusí zabývat otázkami filozofického

charakteru. Místo toho se může věnovat skutečnému počátku kauzálního řetězce, a to způsobu, jakým funguje lidský mozek.

Kognitivní přístup je jako každý jiný vědní obor, a tudíž není zcela jednotný. Epidemiologický přístup spadá pod atrakcionistickou sekci, která předpokládá existenci kulturních atraktorů, kognitivních adaptací na původní prostředí, které fixují kulturní obsah v a kolem kognitivních domén, na které se specializují. (Sperber, 1996)

Epidemiologický přístup ve své celistvosti představuje obecnou optiku, skrze kterou je vhodné se na kulturní fenomény dívat; obecný rámec, kterým konstruovat koncepty a obecný přístup, jaké otázky klást. (Sperber, 2006) Epidemiologický přístup je dále způsob, jak identifikovat takové kulturní reprezentace, které na explanaci teprve čekají (Sperber, 1996). Proto lze souhlasit se Sperberem (1996) v názoru, že „...*epidemiologie reprezentací je rozhodně nezbytná, a možná i dostačující podmínka pro kauzální explanaci kulturních faktů.*“

Autorka práce si je vědoma limitace takového přístupu. Dalším krokem v kognitivním výzkumu politologických témat je empirické ověření teoretického základu. Pro budoucí výzkum lze provést kvantitativní analýzu založenou na ER a logice sociálních médií. Hypotéza by byla pak taková, že populistické sdělení (*message*) je populární a lépe se šíří z toho důvodu, že je jednoduché, nevyžaduje transformaci a síla atraktoru je vyšší než komplikované vysvětlení komplexnosti situace.

Fakt, který je nutné na závěr opět zdůraznit, je samotný základ evolučního procesu. Lidský mozek nebyl vytvořen¹³ pro rychlost dnešního světa. Neustálý tok informací je pro něj nepřirozený. K tomuto faktu je tedy potřebné tak přistupovat.

V další řadě je třeba zdůraznit, že všechny teoretické přístupy zmíněné v této práci jsou velmi kvalitní. Cílem této práce není zpochybnit teoretické schopnosti kapacit jakými byly a jsou Laclau, Mudde, Norris, Inglehart apod. Práce se pouze snaží zdůraznit fakt, že v 21. století není nutné vytvářet teoretické koncepty pomocí abstraktních pojmů a kategorií, jejichž operacionalizace jim

¹³ Nevyvinulo se je lepší pojmenování.

stejně neodpovídá. To ovšem neznamená, že by se v kognitivním studiu populismu nepoužily žádné prvky výše zmíněných teoretických konceptů. Kritika se týká převážně optiky, skrze kterou jsou kulturní fenomény nahlíženy, že jsou nahlíženy z obecného a kolektivního úhlu pohledu, když by naopak měly vycházet z individua, jelikož to jsou právě mentální reprezentace, které jsou v důsledku klíčové i pro reprezentace kulturní.

Studie zabývající se individuem a jeho postoji, spíše než populistickými aktéry, však existují a je dobře, že se v poslední době objevují čím dál tím častěji. Například Bakker, Rooduijn, a Schumacher (2015) se zabývají psychologickým efektem *Agreeableness* politiků na chování voličů. Fatke (2019) zkoumá osobnost populistických voličů. Pro operacionalizaci používá škálu Akkermana, Muddeho a Zaslove (2013), kteří však opět, a nepřekvapivě, vychází z pozice populismu jako ideologie. Ti sami dochází k závěru, že operacionalizaci lze aplikovat na individuálním levelu. Není proto zcela jasné, proč je teoretický koncept postaven na obecných a kolektivních pojmech. Studie Van Hauwerta a Van Kessela (2017) vychází ze stejné operacionalizace jako výše zmíněný výzkum a v jednom ze svých závěrů dochází ke zjištění, že: „...*levicový, stejně jako pravicový populismus má tendenci být podporován jednotlivci se silným populistickým chováním*“, (Van Hauwerta, & Van Kessela, 2017). Není však takový závěr inherentně obsažen v definici „populistického chování“? Pokud se na závěr Van Hauwerta a Van Kessela nahlídne z lingvistického hlediska, lze pozorovat, v čem tkví jeden ze zásadních problémů politologického studia populismu. Místo toho, aby se zabývalo jednotlivcem s populistickým chováním (*individual with strong populist attitude*), tak se zaměřuje na populistické strany, jako by byly samy schopny vytvářet kauzální moc. Právě tento postup je jedním z terčů Sperberovy kritiky.

Jak by tedy měla znít kognitivní odpověď? Jak by mohl vypadat kognitivní přístup k populismu? Další kapitola je jakýmsi návodem. Jedním z hlavních problémů všech výše zmíněných přístupů je fakt, že se v drtivém množství případů rozhodly ignorovat lidský mozek. V humanitních vědách celkově se po dlouhou dobu ignoroval fakt, že lidská kognice a komunikační možnosti jsou vytvořeny tak, aby lépe reagovaly na některé reprezentace (Sperber, 2006) než na jiné.

Na všechny výše zmíněné problémy nabízí kognitivní věda odpověď. Pokud by se změnil přístup tím, že by se politologie: 1. navrátila k materialismu a naturalismu; 2. soustředila na individuum; 3. kulturní fenomény se zredukovaly na mikro-mechanismy, kterými skutečně jsou a 4. nepřisuzovala by se kauzální moc reprezentacím, které ji nemají.

Nejčastějšími pojmy vyskytujícími se ve všech definicích jsou: selský rozum (*common sense*), lid (*the people*) nebo též vůle lidu (*will of the people*) a také antagonistický vztah mezi zkorumpovanou elitou (*the corrupt elite*) a čistým lidem (*the pure people*). Předchozí kritika abstraktních pojmů neznamená, že je nelze používat absolutně. Podstatný je rozdíl v náhledu, co se skrývá za pojmy. Za těmito pojmy se totiž neskrývá skutečná „vůle lidu“, nebo „lid“. Za všemi výše zmíněnými pojmy se nachází množství jednotlivců a jejich mentální reprezentace.

Z hlediska kognitivního přístupu a ER by se měl populismus konceptualizovat od jednotlivin k obecninám a nikoliv naopak. Budoucí výzkum by se tudíž měl zaměřit na identifikaci základních prvků obsažených v populistických sdělení, na studium na ně navazujících kauzálních řetězců a také na atraktory, které se sdružují v modulu, jenž obsahuje i populistické charakteristiky. V centru by však vždy mělo být individuum, protože pouze individuální kognice je schopná přijímat, komunikovat, uchovávat a šířit mentální reprezentace, v tomto případě populistické reprezentace. A pouze na míře šíření závisí formování populistických stran nebo vytváření „vůle lidu“.

Definice populismu se v rámci takové optiky stává konceptem fluidním. Domnívám se totiž, že nic jako populismus *per se* neexistuje. Lidská kognice v rámci jednoho specializovaného modulu jednoduše sdružuje sobě podobné atraktory. To je důvod, proč byl v průběhu práce zaměňován populismus za konspirační teorie – nebo byly alespoň zmiňovány jako další možný cíl kognitivního studia v politologii. Hypotéza pro budoucí výzkum by byla taková, že atraktory pro populistické ideje, konspirační teorie, extremistické názory, xenofobii apod. sdílí jeden kognitivní modul.

Prostředím, ve kterém lze optimálně zkoumat tyto atraktory, a které zároveň ručí za dodržení základních nároků epidemiologického přístupu jsou sociální sítě. Sociální sítě představují pro kognitivní výzkum optimální zdroj reprezentací. Nikde jinde nelze nalézt takové množství vyjádřených mentálních reprezentací. Lze na nich také pozorovat úspěšnost reprezentací, míru transformace a rychlost šíření. Studium populismu by se mohlo zaměřit např. na emoci hněvu. Takové případy ostatně již jsou. Někteří autoři se zabývají emocionálním aspektem populismu (Canovan, 1999, Rico, Guinjoan, & Anduiza, 2017). Emocionalita a její projevy jsou pro empirický výzkum mnohem lépe uchopitelné a také potenciálně mnohem více přínosné. Empirický výzkum, který by vycházel z epidemiologického modelu by mohl vystavět následující hypotézu: emoce hněvu bude atraktorem pro obrané pozice, tudíž na sebe bude vázat politické názory spojené s nedůvěrou v tradiční instituce, s důvěrou v konspirační teorie, s odporem k přistěhovalcům, v extrémním případě s antisemitismem apod. V takovém výzkumu by bylo základní jednotkou individuum – jevy by se nezkoumaly skrze optiku kolektivních pojmů, jakými jsou „vůle lidu“ apod., ale pouze skrze jednotlivce. Základní prvky populismu by se daly označit za simplifikaci, emocionalitu a negativitu, jak bylo popsáno výše. Přesně to odpovídá zákonu epidemiologie reprezentací. Výzkum by se pak zabýval otázkami, jakým způsobem jedinec internalizuje populistické reprezentace, jaké jsou motivace pro jejich šíření apod. Je ovšem jasné, že by studie nebyly postaveny na jednom jedinci. Samozřejmě, že by šlo o reprezentativní vzorek, je nutné se však vyvarovat zobecňování závěrů a přisuzování kolektivním konceptům („vůle lidu“) vlastní kauzální moc. Cílem je vždy redukce kulturních fenoménů na mikro-mechanismy.

Myslím si, že nejlepším názorným příkladem je způsob fungování sociálních sítí, v další kapitole se budu věnovat právě tomuto tématu.

Na příkladu sociálních sítí se nejlépe projeví možnosti kognitivního přístupu pro výzkum populismu, i pro politologii jako obor celkově. Mediální logika a logika sociálních médií inherentně pracují s kognitivními mechanismy, pouze je nazývají algoritmy. Dalším důvodem je, že sociální sítě, Facebook zvláště, vytváří algoritmy tak kognitivně poutavě, aby společnosti zvýšila zisky, činí tak ovšem na úkor míry demokracie, jak je ukázáno na příkladu kauzy

Facebook Papers. Nejdůležitějším, důvodem pro tuto práci je, že algoritmy užívané pro zvýšení zisku mají tendenci vázat populistický a extremistický obsah a odpovídají epidemiologickému modelu.

Zde se opět vrátím k epidemiologickému přístupu. Jak jsem popisovala výše, populární (tedy kulturní) reprezentace jsou jednoduše zapamatovatelné a poutavé, takže jsou šířeny dále. Populistické ideje jsou v tomto ohledu dobrým příkladem. Sven Engesser, Nayla Fawzi a Anders Larsson (2017) definují tři dimenze populistického stylu, a to simplifikaci, emocionalizaci a negativitu. Taková definice tedy odpovídá nejen epidemiologii reprezentací a způsobu, jak zvýšit úspěšnost veřejné reprezentace. Principy simplifikace, emocionality a negativity zcela odpovídají i logice sociálních médií (viz Bennet, & Segerberg, 2012). Je třeba si uvědomit, že se společnost dostává do doby, kdy se způsobem, jakým funguje lidská kognice řídí primárně největší technologické společnosti, jejichž hlavním cílem je zvýšit zisk. Zároveň jsou to ale tyto společnosti, které mají moc regulovat míru extremismu, populismu a poklesu demokracie ve společnosti. Věda, která se všemi těmito prvky zabývá by se měla v budoucnu soustředit právě na způsob fungování sociálních sítí a kognitivní věda ji v tomto úkolu může velmi pomoci.

Princip konektivity je klíčový z hlediska epidemiologického přístupu. Konektivní logika, jak píše Bennet a Segerberg (2012) funguje na principu sdílení internalizovaných myšlenek (*internalized ideas*) – což jsou v jazyku ER mentální reprezentace – algoritmy automatizovaného formování skupin se poté postarají, aby se lidé sdílející podobný obsah sblížovali. Co nastane z hlediska ER ve skupině, kdy mají lidé podobné názory? Vytvoří se určitý druh autority, který je vybrán buď na základě již předchozí znalosti uživatele (např. politik, veřejně známá osobnost), nebo na základě aktivity v dané skupině (Facebook používá tzv. odznáčky, např. pro předního fanouška apod.). Co se kognitivně stane, pokud bude tato autorita přenášet populistický obsah? Populistický obsah se bude lépe šířit. Lidé jsou více nakloněni přijmout zprávu, s jakýmkoli obsahem, a pak v ní s naprostou jistotou věřit, pokud je ze zdroje, ve který mají důvěru a který podporují (Housholder & LaMarre, 2014). I z toho důvodu jsou sociální sítě, jakými jsou Twitter nebo Facebook jsou čím dál tím častěji užívány k politické kampani populistických politiků (Hameleers & Schmuck, 2017), pro populistické strany není nic snazšího – mají k dispozici platformu, která

bude lidem, kteří inklinují k populistickým názorům doporučovat toho či onoho populistického politika. Tito lidé se budou díky algoritmu pro formování online skupin dále přidávat do dalších, podobně smýšlejících skupin a výsledek? Nic jiného, než potvrzení pozitivních stereotypů o sobě a negativních stereotypů o ostatních (Hameleers & Schmuck, 2017). Engesser et al. (2016) dochází dokonce k závěru, že sociální média a jejich algoritmy jsou přímo konstruovány pro šíření populistického obsahu. Zachází tak daleko, že zastávají názor, že populismus doslova vzkvétá díky logice konektivní akce (*connective action*). S tím slze souhlasit, ovšem kauzální počátek, proč populismus na sociálních sítích vzkvétá, není v algoritmech sociálních sítí, ale v uspořádání lidské kognice.

Příklad Facebook Papers ukazuje na fakt, že na rozdíl od vědy, které by kognitivní optika mohla jen pomoci, je způsob fungování kognice hojně využíván tam, a takovým způsobem, jak by využíván být neměl, jelikož následky takového využívání se zdají být nebezpečné pro demokratickou společnost. Algoritmy, které Facebook (Meta) od roku 2017 využíval, mají evidentně znatelný dopad na politickou i společenskou atmosféru (ať už se jedná o útok na Kapitol 6. ledna 2021 nebo rozšíření dezinformací). Další věcí je, že situace mimo západní svět je ještě mnohem horší a v tomto případě společnost Meta, zdá se, nevěnuje této problematice dostatečnou pozornost. Facebook byl např. hlavní hnací silou pro organizaci genocidy Rohingů v Myanmaru (Milmo, 2021; Akinwotu, 2021). K těmto věcem by nemohlo dojít, pokud by sociální sítě nebyly nastaveny optimálně pro lidskou kognici.

Myslím, že humanitní vědci, mají morální povinnost upozorňovat na nepříjemné skutečnosti. Z tohoto hlediska by měla být věda „aktivistická“. Nejen pro studium populismu, ale pro politologii i společnost celkově bude interdisciplinární spolupráce s kognitivními vědami k užítku.

Závěr

Stávající přístup politologie ke studiu kulturních reprezentací nelze považovat za dostačující pro splnění nároků na vědní obor, který má být úspěšný v 21. století. Tato práce je pro autorku prvním krokem k přenesení kognitivních věd do politologie a politologického výzkumu.

Práce je rozdělena do dvou hlavních částí. První se zabývá kognitivní vědou obecně, evoluční psychologií, epidemiologií reprezentací a má v ideálním případě sloužit jako možný teoretický základ dalšího výzkumu. Druhá část práce je zaměřena na populismus a jeho studium. Zde jsou představeny tři dominantní výzkumy studia populismu, kritika těchto přístupů a dále uvedeny možné nové přístupy ke studiu politologických fenoménů, založených na epidemiologickém přístupu. Potřeba interdisciplinárního přístupu je nejlépe vidět na případě mediálních studií. Koncept mediální logiky a logiky sociálních médií zvláště je vytvořen na kognitivním základu a studie zabývající se populismem z mediální perspektivy jsou tudíž bržděny pouze politologickými teoriemi, které jsou postaveny na těžce operacionalizovaném základě. Hlavním důvodem kognitivní kritiky stávajících teoretických základů je fakt, že neodpovídají společenským požadavkům a nedotýkají se aktuálních problémů.

Pro realizace myšlenek práce je také nutné podpořit hypotézy zde navržené empirickými výzkumy. Empirický výzkum by se měl zaměřit na několik aspektů: 1. jakým způsobem jsou reprezentace internalizovány jednotlivcem, 2. jak jsou komunikovány v rámci skupiny a 3. jaký dopad na politickou kulturu mají. Pro budoucí výzkum propojení epidemiologického přístupu a politologie, bude nutná užší interdisciplinární spolupráce s mnoha příbuznými obory. Nejvíce však s psychologií, jelikož, jak upozorňuje sám Sperber (1996) na jedné straně se nachází epidemiologická explanace kulturních faktů a na druhé se nutně nachází psychologická explanace vnitřních myšlenkových pochodů. Jinými slovy, tato spolupráce by nabízela jak explanaci kulturních kauzálních řetězců a zároveň explanaci intra-procesů odehrávajících se na úrovni mentálních reprezentací. Z jakého důvodu se např. cyklicky objevují vlny rasismu a jaký emocionálně-kognitivní dopad to na jednotlivce má.

Prezentovaný názor v závěru práce je, že vlivem sociálních sítí, které jsou přizpůsobené kognitivnímu nastavení lidského mozku, a tudíž se na nich

nejlépe šíří populistický, extrémní a dezinformační obsah, se civilizovaná společnost dostává do fáze, která je pro demokracii nebezpečná a nastává čas, aby se věda, a politologie zvláště, stala vědou „aktivistickou“. Přijetím kognitivního modelu lze dosáhnout praktických úspěchů – politologie bude schopna kvalitně a erudovaně participovat v debatě o přijetí/nepřijetí regulací sociálních sítí; mohla by vést debatu o přeměně kurikula společenských věd v českém školství a bude moci udělat více pro ochranu demokracie celkově.

Abstrakt

Práce pracuje se dvěma teoretickými rámci, které vycházejí ze dvou různých vědeckých disciplín. První vychází z kognitivních věd, specifičtěji z kognitivní religionistiky a jedná se o epidemiologii reprezentací od Dana Sperbera. Druhým je politologická konceptualizace populismu, zvláště v definičním rámci představovaným Cas Muddem, Kurtem Weylandem a Pierrem Ostiguyem. Prostor je věnován i vztahu populismu a médií, se zvláštním důrazem na sociální síť. Cílem práce je teoretická aplikace epidemiologie reprezentací na výzkum populismu a představení potenciálních přínosů interdisciplinární spolupráce mezi kognitivními vědami a politikou. V rámci analýzy dominantních přístupů užívaných pro studium populismu jsou identifikovány hlavní problematické aspekty z kognitivní perspektivy, na základě čehož jsou vytvořeny definiční znaky hlavních východisek pro kognitivně založený politologický výzkum při zkoumání populistických fenoménů. Přínosem kognitivního přístupu je změna optiky, skrze kterou jsou kulturní fenomény nahlíženy. Kognitivní přístup vybízí k obratu k jedinci, jelikož základem pro kauzální vztahy je lidská kognice. Populistické ideje, extremistické názory nebo konspirační teorie se nemusí vysvětlovat pomocí ekologických faktorů, ale spíše nastavením lidského mozku, který funguje stejně již tisíce let. Ideálním prostředím pro kognitivně-politologický výzkum nejen populistických fenoménů jsou sociální sítě, které představují materializovanou formu kulturního prostředí, ve které lze analyzovat všechny podstatné epidemiologické prvky – šíření, míru transformace a atraktivitu jednotlivých sdělení. Využívané algoritmy společností Meta se stávají hrozbou pro demokratickou společnost a sociální síť typu Facebook a Instagram se transformují na místo, na kterém lze zorganizovat genocidu (příklad Rohingů v Myanmaru) nebo pokus o převrat (útok na americký Kapitol ze 6. ledna 2021). Kognitivní obrat v politologii má potenciál s těmito hrozbami aktivně bojovat.

Klíčová slova: epidemiologie reprezentací, populismus, sociální síť, kognice, mentální reprezentace

Abstract

The thesis works with two theoretical frameworks that are based on two different scientific disciplines. The first one is based on cognitive science, more specifically on cognitive religious studies, and is Dan Sperber's *Epidemiology of Representations*. The second is the political science conceptualization of populism, especially in the definitional framework presented by Cas Mudde, Kurt Weyland and Pierre Ostiguy. Space is also devoted to the relationship between populism and the media, with particular emphasis on social networks. The aim of the paper is to theoretically apply the epidemiology of representations to research on populism and to present the potential benefits of interdisciplinary collaboration between cognitive science and political science. Analyzing the dominant approaches used for the study of populism, the main problematic aspects from a cognitive perspective are identified, based on which the defining features of the main starting points for cognitive-based political science research in the investigation of populist phenomena are developed. The contribution of the cognitive approach is to change the optics through which cultural phenomena are viewed. The cognitive approach encourages a turn to the individual, as the basis for causal relationships is human cognition. Populist ideas, extremist views or conspiracy theories need not be explained by ecological factors, but rather by the settings of the human brain, which has functioned in the same way for thousands of years. The ideal environment for cognitive-political research, not only on populist phenomena, is social networks, which represent a materialised form of cultural environment in which all the essential epidemiological elements can be analysed – the spread, the rate of transformation and the attractiveness of individual messages. The algorithms used by Meta companies are becoming a threat to democratic society, and social networks such as Facebook and Instagram are being transformed into a place where genocide (the example of the Rohingya in Myanmar) or a coup attempt (the attack on the US Capitol on 6 January 2021) can be organised. The cognitive turn in political science has the potential to actively combat these threats.

Keywords: epidemiology of representations, populism, social networks, cognition, mental representations

Prameny a Literatura

- Abi-Rached, J. M. (2008). The implications of the New Brain Sciences. *EMBO Reports*, 9(12), 1158-1162. doi:10.1038/embor.2008.211
- Abts, K., & Rummens, S. (2007). Populism versus democracy. *Political Studies*, 55(2), 405-424. doi:10.1111/j.1467-9248.2007.00657.x
- Akkerman, A., Mudde, C., & Zaslove, A. (2013). How populist are the people? Measuring populist attitudes in voters. *Comparative Political Studies*, 47(9), 1324-1353. doi:10.1177/0010414013512600
- Akinwotu, E. (2021, October 07). Facebook's role in Myanmar and Ethiopia under new scrutiny. Retrieved April 19, 2022, from <https://www.theguardian.com/technology/2021/oct/07/facebooks-role-in-myanmar-and-ethiopia-under-new-scrutiny>
- Alcantara, C., & Oremus, W. (2021, October 26). How facebook shapes your feed. Retrieved March 18, 2022, from https://www.washingtonpost.com/technology/interactive/2021/how-facebook-algorithm-works/?itid=lb_read-the-series-facebook-under-fire_9
- Bale, T., Green-Pedersen, C., Krouwel, A., Luther, K. R., & Sitter, N. (2010). If you can't beat them, join them? explaining social democratic responses to the challenge from the populist radical right in Western Europe. *Political Studies*, 58(3), 410-426. doi:10.1111/j.1467-9248.2009.00783.x
- Bakker, B. N., Rooduijn, M., & Schumacher, G. (2015). The psychological roots of populist voting: Evidence from the United States, the Netherlands and Germany. *European Journal of Political Research*, 55(2), 302-320. doi:10.1111/1475-6765.12121
- Bennett, L. W., & Segerberg, A. (2012). The logic of Connective Action. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768. doi:10.1017/cbo9781139198752

- Boyd, R., & Henrich, J. (2002). On modeling cognition and culture: Why cultural evolution does not require replication of representations. *Journal of Cognition and Culture*, 2(2), 87-112. doi:10.1163/156853702320281836
- Boyer, P., & Ramble, C. (2001). Cognitive templates for religious concepts: Cross-cultural evidence for recall of counter-intuitive representations. *Cognitive Science*, 25(4), 535-564. doi:10.1207/s15516709cog2504_2
- Buskell, A. (2017). What are cultural attractors? *Biology & Philosophy*, 32(3), 377-394. doi:10.1007/s10539-017-9570-6
- Cacioppo, J. T., & Visser, P. S. (2003). Political Psychology and Social Neuroscience: Strange Bedfellows or comrades in arms? *Political Psychology*, 24(4), 647-656. doi:10.1046/j.1467-9221.2003.00345.x
- Canovan, M. (1999). Trust the people! populism and the two faces of democracy. *Political Studies*, 47(1), 2-16. doi:10.1111/1467-9248.00184
- Canovan, M. (2002). Taking Politics to the People: Populism as the Ideology of Democracy. In: Mény, Y., Surel, Y. (Eds) *Democracies and the Populist Challenge*. (pp. 25-44) London: Palgrave Macmillan https://doi.org/10.1057/9781403920072_2.
- Claidière, N., Scott-Phillips, T. C., & Sperber, D. (2014). How darwinian is cultural evolution? *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 369(1642), 1-8. doi:10.1098/rstb.2013.0368
- Cosmides, L., & Tooby, J. (1992). Cognitive adaptations for social exchange. In J. H. Barkow, L. Cosmides, & J. Tooby (Eds.), *The adapted mind: Evolutionary psychology and the generation of culture* (pp. 163–228). Oxford: Oxford University Press.
- De Vreese, C. H., Esser, F., Aalberg, T., Reinemann, C., & Stanyer, J. (2018). Populism as an expression of political communication content and style:

- A new perspective. *The International Journal of Press/Politics*, 23(4), 423-438. doi:10.1177/1940161218790035
- Dijck, J. V., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Information, Communication & Society*, 20(8), 1-18. doi:10.12924/mac2013.01010002
- Dijck, J. V., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14. doi:10.12924/mac2013.01010002
- Engesser, S., Ernst, N., Esser, F., & Büchel, F. (2016). Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication & Society*, 20(8), 1109-1126. doi:10.1080/1369118x.2016.1207697
- Engesser, S., Fawzi, N., & Larsson, A. O. (2017). Populist online communication: Introduction to the special issue. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1279-1292. doi:10.1080/1369118x.2017.1328525
- Fatke, M. (2019). The personality of Populists: How the big five traits relate to populist attitudes. *Personality and Individual Differences*, 139, 138-151. doi:10.1016/j.paid.2018.11.018
- Flegr, J. (2009). *Evoluční Biologie*. Praha: Academia.
- Flegr, J. (2017). *Základy evoluční Biologie*. Praha, Česká republika: Scientia.
- Gerbaudo, P. (2018). Social Media and populism: An elective affinity? *Media, Culture & Society*, 40(5), 745-753. doi:10.1177/0163443718772192
- Gidron, N. & Hall, P.A. (2017), The politics of social status: economic and cultural roots of the populist right. *The British Journal of Sociology*, 68(1), 57-84. doi:10.1111/1468-4446.12319
- Hameleers, M., & Schmuck, D. (2017). It's us against them: A comparative experiment on the effects of populist messages communicated via social

media. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1425-1444.
doi:10.1080/1369118x.2017.1328523

Hampejs, T., & Chalupa, A. (2014) Kognitivní věda o náboženství: Východiska, cíle a krátká historie. In A. Chalupa (Ed.), *Pantheon* (pp. 10-43). Pardubice: Univerzita Pardubice

Henrich, J., & McElreath, R. (2003). The evolution of cultural evolution. *Evolutionary Anthropology: Issues, News, and Reviews*, 12(3), 123-135.
doi:10.1002/evan.10110

Henrich, J., Boyd, R., & Richerson, P. J. (2008). Five misunderstandings about cultural evolution. *Human Nature*, 19(2), 119-137. doi:10.1007/s12110-008-9037-1

Housholder, E. E., & LaMarre, H. L. (2014). Facebook politics: Toward a process model for achieving political source credibility through social media. *Journal of Information Technology & Politics*, 11(4), 368-382.
doi:10.1080/19331681.2014.951753

Jacobs, K., Akkerman, A., & Zaslove, A. (2018). The voice of populist people? referendum preferences, practices and populist attitudes. *Acta Politica*, 53(4), 517-541. doi:10.1057/s41269-018-0105-1

Kaplan, R. D. (2013) *Pomsta Geografie: Co mapy vyprávějí o příštích konfliktech a boji proti osudu*. Praha: Bourdon.

Kaltwasser, C. R. (2012). The ambivalence of populism: Threat and corrective for democracy. *Democratization*, 19(2), 184-208.
doi:10.1080/13510347.2011.572619

Kouba, K. (2011) Kvalitativní srovnávací analýza (QCA) a konfiguratívni metody v politologii. In M. Novák (Ed.) *Úvod do studia politiky* (pp. 468–507) Praha: Sociologické nakladatelství.

Krastev, S., McGuire, J. T., McNeney, D., Kable, J. W., Stolle, D., Gidengil, E., & Fellows, L. K. (2016). Do political and economic choices rely on

common neural substrates? A systematic review of the emerging Neuropolitics literature. *Frontiers in Psychology*, 7. doi:10.3389/fpsyg.2016.00264

Kundt, R. (2014). Evoluční teorie a religionistika: Současné evoluční přístupy ke studiu náboženství. In A. Chalupa (Ed.), Pantheon (pp. 44-70). Pardubice: Univerzita Pardubice

Laclau, E. (1977). *Politics and ideology in Marxist theory capitalism, fascism, populism*. London, United Kingdom: NLB.

Lima, C. (2022, March 30). A whistleblower's power: Key Takeaways from the Facebook papers. Retrieved March 31, 2022, from <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/10/25/what-are-the-facebook-papers/>

Manucci, L. (2017). Populism and the Media. In C. R. Kalwasser, P. Taggart, P. O. Espejo & P. Ostiguy (Eds.), *The Oxford Handbook of Populism*. (pp. 467-488). Oxford: Oxford University Press

Mesoudi, A. (2009). How cultural evolutionary theory can inform social psychology and vice versa. *Psychological Review*, 116(4), 929-952. doi:10.1037/a0017062

Mesoudi, A. (2011). *Cultural evolution: How darwinian theory can explain human culture and synthesize the Social Sciences*. Chicago (Ill.), USA: University of Chicago Press.

Mény, Y., & Surel, Y. (2002). *Democracies and the populist challenge*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave.

Milmo, D. (2021, December 06). Rohingya sue Facebook for £150bn over Myanmar genocide. Retrieved March 19, 2022, from <https://www.theguardian.com/technology/2021/dec/06/rohingya-sue-facebook-myanmar-genocide-us-uk-legal-action-social-media-violence>

- Moffitt, B., & Tormey, S. (2013). Rethinking populism: Politics, Mediatization and political style. *Political Studies*, 62(2), 381-397. doi:10.1111/1467-9248.12032
- Mudde, C. (2004). The populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39(4), 541-563. doi:10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x
- Mudde, C. (2009). *Populist radical right parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mudde, C. (2014). Fighting the system? populist radical right parties and Party System Change. *Party Politics*, 20(2), 217-226. doi:10.1177/1354068813519968
- Mudde, C. (2017). Populism: An Ideational Approach. In C. R. Kalwasser, P. Taggart, P. O. Espejo & P. Ostiguy (Eds.), *The Oxford Handbook of Populism*. (pp. 27-47). Oxford: Oxford University Press
- Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2018). Studying populism in comparative perspective: Reflections on the Contemporary And Future Research Agenda. *Comparative Political Studies*, 51(13), 1667-1693. doi:10.1177/0010414018789490
- Norris, P. (2005). *Radical right: Voters and parties in the electoral market*. New York: Cambridge University Press.
- Norris, P., & Ronald, I. (2019). *Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Ostiguy, P. (2017). Populism: A Socio-Cultural Approach. In C. R. Kalwasser, P. Taggart, P. O. Espejo & P. Ostiguy (Eds.), *The Oxford Handbook of Populism*. (pp. 73-100). Oxford: Oxford University Press
- Ostiguy, P. (2020). The Socio-Cultural, Relational Approach to Populism. *Partecipazione e Conflitto* 13(1), 29-58. doi: 10.1285/i20356609v13i1p29

- Richerson, P. J., & Boyd, R. (2006). *Not by genes alone: How culture transformed human evolution*. Chicago, USA: The University of Chicago Press.
- Richerson, P. J., Boyd, R., & Henrich, J. (2003). The cultural evolution and cooperation. In P. Hammerstein (Ed.), *Genetic and cultural evolution of cooperation*, (pp. 357–388). Berlin: MIT Press.
- Rico, G., Guinjoan, M., & Anduiza, E. (2017). The emotional underpinnings of populism: How anger and fear affect populist attitudes. *Swiss Political Science Review*, 23(4), 444-461. doi:10.1111/spsr.12261
- Rogers, R. (2012). Mapping and the politics of web space. *Theory, Culture & Society*, 29(4-5), 193-219. doi:10.1177/0263276412450926
- Rooduijn, M. (2017). What unites the voter bases of populist parties? comparing the electorates of 15 populist parties. *European Political Science Review*, 10(3), 351-368. doi:10.1017/s1755773917000145
- Rooduijn, M., De Lange, S. L., & Van der Brug, W. (2012). A populist *zeitgeist*? programmatic contagion by populist parties in Western Europe. *Party Politics*, 20(4), 563-575. doi:10.1177/1354068811436065
- Rueda, D. (2020). Is populism a political strategy? A Critique of an enduring approach. *Political Studies*, 69(2), 167-184. doi:10.1177/0032321720962355
- Rydgren, J. (2005). Is extreme right-wing populism contagious? explaining the emergence of a new party family. *European Journal of Political Research*, 44(3), 413-437. doi:10.1111/j.1475-6765.2005.00233.x
- Schreiber, D. (2017). Neuropolitics: Twenty years later. *Politics and the Life Sciences*, 36(2), 114-131. doi:10.1017/pls.2017.25
- Schulz, A. (2018). Where populist citizens get the news: An investigation of news audience polarization along populist attitudes in 11 countries.

Communication Monographs, 86(1), 88-111.
doi:10.1080/03637751.2018.1508876

Sperber, D. (1996). *Explaining culture: A naturalistic approach*. Oxford: Blackwell Publishing.

Sperber, D. (2006) Why a deep understanding of cultural evolution is incompatible with shallow psychology. In N. Enfield & S. Levinson (Eds.), *Roots of Human Sociality*. (pp. 431-449). London: Bloomsbury Publishing.

Sperber, D. (2009). Culturally transmitted misbeliefs. *Behavioral and Brain Sciences*, 32(6), 534-535. doi:10.1017/s0140525x09991348

Sperber, D. & Hirschfeld L. (1999) Culture, Cognition, and Evolution. In R. Wilson, & F. Keil (Eds.), *MIT Encyclopedia of the Cognitive Sciences* (pp. 111-132) MIT Press

Sperber, D., & Hirschfeld, L. A. (2004). The cognitive foundations of cultural stability and Diversity. *Trends in Cognitive Sciences*, 8(1), 40-46. doi:10.1016/j.tics.2003.11.002

Tureček, P., & Havlíček, J. (2017) Kultura jako předmět a produkt evoluce. In L. Ovčáčková (Ed.), *O původu kultury* (pp. 185-231). Praha: Academia.

Van Hauwaert, S. M., & Van Kessel, S. (2017). Beyond protest and discontent: A cross-national analysis of the effect of populist attitudes and issue positions on Populist Party support. *European Journal of Political Research*, 57(1), 68-92. doi:10.1111/1475-6765.12216

Weyland, K. (2017). Populism: A Political-Strategic Approach. In C. R. Kalwasser, P. Taggart, P. O. Espejo & P. Ostiguy (Eds.), *The Oxford Handbook of Populism*. (pp. 48-72). Oxford: Oxford University Press