Lidé si v době krizí na facebooku budují kolektivní identitu. Vymezují se proti elitám

12.1.2026 - | Masarykova univerzita

Co mají společného spory o roušky během covidu a hádky o pomoc Ukrajině v diskuzích na facebooku? Výzkum Martiny Novotné z Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity a Lenky Vochocové z Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy ukazuje, že lidé v časech krize sdílejí opakující se příběhy na základě modelu „my dole“ proti „těm nahoře“. Tyto narativy mohou sice na sociálních sítích posílit sounáležitost, ale to se děje často za cenu hlubší polarizace a nedůvěry vůči elitám. Zejména těm politickým a mediálním. Polarizace „my vs. oni“ tedy není jen rozšiřujícím se rétorickým stylem mezi politiky, ale velmi silně rezonuje i mezi běžnými uživateli sociálních sítí.

Studie analyzuje bezmála 1 700 komentářů na facebookových stránkách největších českých televizních zpravodajských stanic, konkrétně České televize (ČT24) a TV NOVA (TN.CZ) během dvou fází covidové pandemie (2020–2021) a ruské invaze na Ukrajinu (2022–2023). „Zajímalo nás, jak se v online diskuzích na facebooku odrážejí sociální a ekonomické nejistoty a jak se v nich opakovaně objevují narativy, které lidem pomáhají chápat krizové dění a posilují pocit kolektivní identity,“ uvedla Novotná z Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity.

Studie odhaluje čtyři hlavní narativy, které se objevují napříč obdobími i tématy. „Tím prvním je pocit, že nás elity nechaly napospas krizi. Politici jsou při tomto chápání světa zobrazováni jako nekompetentní a zkorumpovaní. Lidé si stěžují na dvojí metr: běžní občané podle těchto tvrzení dodržují během pandemie pravidla, která pro elity neplatí,“ vysvětlila Vochocová.

Dalším neméně častým narativem je zdůrazňování tuzemských problémů vůči zahraničním. Konkrétně pomoc Ukrajině je často vnímána jako nespravedlivá vůči údajně přehlíženým potřebám českých občanů, obzvlášť těch zranitelných, jako jsou svobodné matky či nemocné děti. V komentářích se pak objevuje i strach z imigrace a možného ohrožení národní identity.

„Dalším narativem je zpochybňování oficiálních informací o covidu i válce. Lidé vnímají média jako nástroj manipulace. Podobné techniky přitom podle nich využívají politici napříč krizemi,“ uvedla Vochocová s tím, že posledním poměrně zřetelným narativem je hrdost na solidaritu „obyčejných lidí“ – od šití roušek přes sbírky na pomoc nemocným až po lokální iniciativy. „Zároveň s tím ale roste pocit, že stát selhává a lidé se nemohou spolehnout na instituce, ale jen sami na sebe,“ doplnila Novotná.

Nová studie realizovaná v rámci institutu SYRI odhaluje, že tyto narativy se objevují napříč různými krizemi, ať už jde o pandemii či válku, a to bez ohledu na to, jaké politické strany jsou zrovna u moci. Populistická rétorika „my vs. oni“ zjevně není jen rozšiřujícím se rétorickým stylem napříč politiky, velmi silně rezonuje i mezi běžnými uživateli sociálních sítí. „Výsledkem je silný pocit kolektivní identity, ale i rostoucí nedůvěra k politickým institucím. Identifikace těchto opakujících se narativů a nejistot v dobách krize může napomoci lepšímu zvládání krizí v budoucnu,“ uzavřela Novotná.

Odkaz na výzkum: Full article: Abandoned by Elites, United by Crisis: Anti-Discourses and the Reinforcement of a Dissatisfied Collective Identity Online

http://www.muni.cz/pro-media/tiskove-zpravy/lide-si-v-dobe-krizi-na-facebooku-buduji-kolektivni-iden

titu-vymezuji-se-proti-elitam