

Jan Křeček

POLITICKÁ KOMUNIKACE

*OD RES PUBLICA
PO PUBLIC RELATIONS*

 GRADA®



Jan Křeček

POLITICKÁ KOMUNIKACE

OD RES PUBLICA
PO PUBLIC RELATIONS

Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude trestně stíháno.

PhDr. Jan Křeček, Ph.D.

**POLITICKÁ KOMUNIKACE
Od res publica po public relations**

TIRÁŽ TIŠTĚNÉ PUBLIKACE:

Vydala Grada Publishing, a.s.
U Průhonu 22, 170 00 Praha 7
tel.: +420 234 264 401, fax: +420 234 264 400
www.grada.cz
jako svou 5279. publikaci

Recenzovali:

PhDr. Radim Hladík, Ph.D., Filozofický ústav AV ČR
PhDr. Ondřej Slačálek, Ústav politologie FF UK

Odpovědný redaktor Zdeněk Kubín
Sazba a zlom Jan Šístek
Návrh a zpracování obálky Vojtěch Kočí
Počet stran 176
Vydání 1., 2013

Vytiskla Tiskárna PROTISK, s.r.o.,
České Budějovice

© Grada Publishing, a.s., 2013

ISBN 978-80-247-3536-8

ELEKTRONICKÉ PUBLIKACE:

ISBN 978-80-247-8702-2 (ve formátu PDF)
ISBN 978-80-247-8703-9 (ve formátu EPUB)

Obsah

1. Definice politické komunikace.....	7
1.1 Dominantní definice.....	7
Politická komunikace jako obor.....	7
Politická komunikace jako praxe	9
Političtí aktéři.....	10
Hodnoty a zdroje.....	13
Polity – politics – policy.....	15
Členění kapitol.....	16
1.2 Alternativní definice	17
2. Prostředí politické komunikace	19
2.1 Dominantní pohled	19
Reprezentace a/versus participace	21
Reprezentačně-liberální teorie	21
Participačně-liberální teorie	22
Veřejný komunikační prostor	23
Delegace – reprezentace – participace	25
Veřejná sféra v médiích	31
Veřejná sféra z médií.....	36
2.2 Alternativní náhled(y)	43
Politická ekonomie a/versus kultur(ál)ní studia	44
Radikálně-demokratický přístup	50
3. Systémy politické komunikace	55
3.1 Dominantní pohled	55
Zpráva Komise pro svobodu tisku	56
Čtyři teorie tisku.....	58
Tři modely médií a politiky	62

Hledání východoevropského modelu.....	66
3.2 Alternativní náhled(y).....	72
4. Historie politické komunikace.....	79
4.1 Dominantní historie.....	79
První věk politické komunikace.....	80
Druhý věk politické komunikace.....	82
Třetí věk politické komunikace.....	91
4.2 Alternativní historie.....	92
Média a protesty.....	93
Mediálně-demokratizační vlny.....	94
5. Současnost politické komunikace.....	105
Třetí věk a jeho aktéři.....	106
Public relations a spin-doctoring.....	109
Dva přístupy k PR a spinu.....	112
Třetí věk a jeho obsahy.....	116
Třetí věk a jeho účinky.....	124
Politický marketing.....	125
Závěrem krize.....	133
Resumé.....	137
Literatura.....	139
Rejstřík.....	167

Definice politické komunikace

1.

První kapitolu nelze nezhájít definicí objektu zájmu – bude rozlišena politická komunikace jako obor (vědecký) a politická komunikace jako praxe (společenská). Výklad začíná definicemi politických aktérů a komunikačních toků mezi nimi. Těžiště kapitoly leží v představách o samotném předmětu/obsahu politické komunikace – hodnotách a zdrojích. Spíše hodnot se bude týkat pohyb mezi okruhy konsenzus – kontroverze – deviance, spíše distribuce zdrojů pak procesuální vztah (polity) – politics – policy. S odkazem na název celé publikace bude zaveden první normativní požadavek – veřejnost. Po představení záměru končit kapitoly v této publikaci kriticky bude první tento případ vyhrazen zmínce o marxistické kritice médií.

1.1 Dominantní definice

„Každá kniha o politické komunikaci by měla začínat upozorněním, že termín sám se ukázal jako velmi obtížně definovatelný,“ píše v úvodu své knihy Brian McNair (2003: 3). Jako by se stalo. Ale stejně jako v úvodě řady dalších publikací i zde je místo na pokus. V zásadě rozliším dva významy termínu politická komunikace.

Politická komunikace jako obor

Zaprvé – půjde o vědecký (a studijní) obor, lépe možná podobor či subdisciplínu. „Na jedné straně dochází k obrovské tematické extenzi,“ konstatuje Jiráček ve svém přehledu současného stavu mediálních studií a pokračuje, že na straně druhé „se obor vnitřně rozrůžňuje na tematické

expertní domény¹“ (Jirák 2006a: 6). Právě politická komunikace může posloužit jako dobrý příklad oné tematické expertní domény, interdisciplinárního průniku zejména politikologie a mediálních studií – nejen Graber označuje mediální/komunikační studia a politikologii přímo za mateřské (*parent*) disciplíny politické komunikace (Graber 2005: 480).

Mateřské disciplíny sice věnují svému podoboru značnou pozornost (Doris Graber tamtéž dokladuje mezi 5 a 30 % článků v jejich časopisech), jako důkaz svébytnosti politické komunikace lze ale brát existenci řady ‚vlastních‘ časopisů², konferencí, sekcí vědeckých asociací, na řadě univerzitních pracovišť pak (pod)obor přednáší řada více či méně ‚vlastních‘ autorů a autorek³ (dle seznamu zde použité literatury od Aartse po Zielonku, včetně již zmiňované Graberové⁴), s kterými se budeme setkávat na následujících stránkách.

K tématům, jimiž se (pod)obor zabývá, pak kromě permanentního vztahování se k mateřským oborům (typický vztah médií / mediálních systémů a demokracie) nejčastěji patří volební kampaně, nová média, občanská angažovanost a mezinárodní vztahy.⁵

K metodám užívaným při výzkumu politické komunikace se řadí zejména analýzy mediálních obsahů (kvantitativní a kvalitativní), výzkumy veřejného mínění, focus groups, experimenty a sekundární analýzy dat.⁶

¹ „... vedle toho nepřestala být média oblastí, kterou si tematizují i další obory – a od mediálních studií žádají právě ‚expertní vzhled‘ do systému a chování médií v synchronním a diachronním pohledu. Obor sám se přitom přílišnému zatlačení do ‚intramediální polohy‘ brání, jako by nechtěl být ‚pomocnou vědou sociální, mající fakticky roli technické disciplíny generující potřebné ‚expertní vědění‘ pro jiné disciplíny...“ (Jirák 2006a: 6)

² Např. *Political Communication, Political Communication & Persuasion, The International Journal of Press/Politics, Index on Censorship, Media, War & Conflict, Public Opinion Quarterly, Public Administration, Quarterly Journal of Public Speaking, Reclaiming the Media: Communication Rights & Democratic Media Roles, Javnost-The Public* atd.

³ Pro plynulejší čitelnost nebudu vždy uvádět oba rody, prosím proto čtenáře i čtenářku, aby měl(a) na paměti, že generické maskulinum zahrnuje jak muže, tak ženy.

⁴ Příjmení americké autorky zde opakuji pro ilustraci toho, jak hodlám v knize postupovat v otázce přechylování a skloňování cizích ženských jmen – přidřím se kompromisu uvádět v prvním pádě nepřechýlený original, v dalších pak skloňovat přechýlený tvar.

⁵ Třetí odkaz na článek s příznačným názvem *Political Communication Faces the 21st Century* (Graber 2005).

⁶ Další článek s příznačným názvem – *The Method is the Message: The Current State of Political Communication Research* (Iyengar 2001).

K historii: I když někteří autoři a autorky kladou počátek politického komunikování a jeho studia až 350 let před náš letopočet,⁷ pro potřeby této publikace by nám mohlo stačit umístit počátek našich teoretických východisek do 18. století a detailněji sledovat jejich překlopení do (mas)mediální praxe ve druhé polovině 20. století.⁸

Tuto významovou oblast budu v následujícím textu označovat buď jako **studia politické komunikace** (*political communication studies*, příp. *political communication analysis*), nebo „politická komunikace jako obor“, přičemž nebudu (až na zřetelně označené výjimky) činit rozdíl mezi jeho americkou a (západo)evropskou větví.⁹

Politická komunikace jako praxe

Zadruhé – půjde o objekt zájmu tohoto vědeckého/studijního oboru, tedy samotné politické komunikování.

Když v roce 1966 jeden z „otců zakladatelů“ Richard Fagen ve své knize *Politics and communication* začínal s definováním „politické komunikace“ (tehdy ještě v uvozovkách), pomohl si romantickým prohlášením „I love you“:

„Není třeba žádného zvláštního důvtipu k odhalení, že když tato slova prohlásí Fidel Castro k masám, jedná se o ‚politickou komunikaci‘, zatímco u chlapce šeptajícího své dívce nikoliv“ (Fagen 1966: 18). Klíč k rozlišení toho, co je a co není politická komunikace, se tedy neskrývá ve sdělení samém, důležitý bude i adresát, kanál, příjemce a účinek daného sdělení.¹⁰

Zatímco termín politická komunikace tehdy označoval pouze komunikaci vláda–občanstvo (dnes vládní komunikace), během jeho

⁷ „Studium politické komunikace má za sebou už dlouhou cestu. Umístíme-li na její start *Rétoriku*, sepsanou Aristotelem 350 let před naším letopočtem, politická poselství jsou zaznamenávána, rozebrána a interpretována již přes dva tisíce let...“ (Graber 2005: 479, viz též Chambers 2009: 323).

⁸ Zde přebírám startovní čáru od zásadních historiografických textů politické komunikace jako např. Blumler, Kavanagh (1999) nebo Strömbäck (2008); důvody dále srovnej s podkapitolou Why choose 1945 as a starting point? v Bartle, Griffiths (2001: 3).

⁹ Blumler a kol. 1990

¹⁰ Uštěpačně se chce dodat, že tatáž slova pronesená Williamem Clintonem vůči Monice Lewinské (jestliže je tedy vůbec pronesl) jistě jako politická komunikace zamýšlena nebyla, nicméně stála (mohla stát) na počátku velmi zásadních politických (a politicko-komunikačních) dějů.

následujícího významového rozšiřování¹¹ registrujeme tendenci odvozovat definice politické komunikace od jejího podavatele, tedy politických organizací/institucí, respektive politických aktérů.

Politický aktéři

K těm McNair (2003: 4) přiřazuje média a publikum/veřejnost a jeho následná definice politické komunikace se pak rozvíjí na třech odpovídajících úrovních:

1. všechny formy komunikace realizované politiky a dalšími politickými aktéry pro dosažení určitých cílů;
2. komunikace adresovaná těmto politickým aktérům od aktérů nepolitických (např. komentátorů nebo voličů);
3. komunikace o těchto aktérech a jejich aktivitách (zejména ve zpravodajství, komentářích a jiných formách mediálních diskusí o politice; McNair 2003: 4).

Tuto tříúrovňovou definici politické komunikace a jejích toků pak vyjadřuje též graficky a i z jeho schématu (viz **schéma 1**) je zřejmé, že při své definici politické komunikace přisuzuje klíčovou roli (masovým) médiím, což pak někdy přechází až v očekávatelnou kritiku, že neregistruje politickou komunikaci mimo média. Za povšimnutí rovněž stojí, že model nepočítá s občanem/y jako politickým(i) aktérem/y – přestup do této kategorie zakládá členství například ve straně nebo „nátlakové skupině“ (*pressure groups*). Negativní konotace spojené s tímto označením (resp. sémiotická vzdálenost od ideálu demokracie coby vlády lidu) by pak mohla zakládat druhou výtku vůči tomuto modelu/definici.

Pokusíme-li se o co nejrozsáhlejší výčet politických aktérů, pak musíme začít základním rozlišením na kolektivní a individuální.

¹¹ „Pojem politická komunikace byl prvně užít v souvislosti se studiem komunikace vlády směrem k voličské veřejnosti (nyní se hovoří o vládní komunikaci); poté začal označovat i politické debaty mezi politiky u moci a jejich politickými oponenty, zvláště během volebních kampaní. Významové pole se dále rozšiřovalo, aby v sebe zahrnuo studium role médií při formování veřejného mínění, stejně jako pak vliv průzkumů veřejného mínění na politický život... Dnes politická komunikace zahrnuje studium role komunikace v politickém životě v tom nejširším smyslu – od politiků a médií přes průzkumy veřejného mínění až po politický marketing a reklamu, se zvláštním důrazem na období voleb“ (Nimmo, Sanders 1981: 195–467, citováno dle Wolton 1990: 10–11).

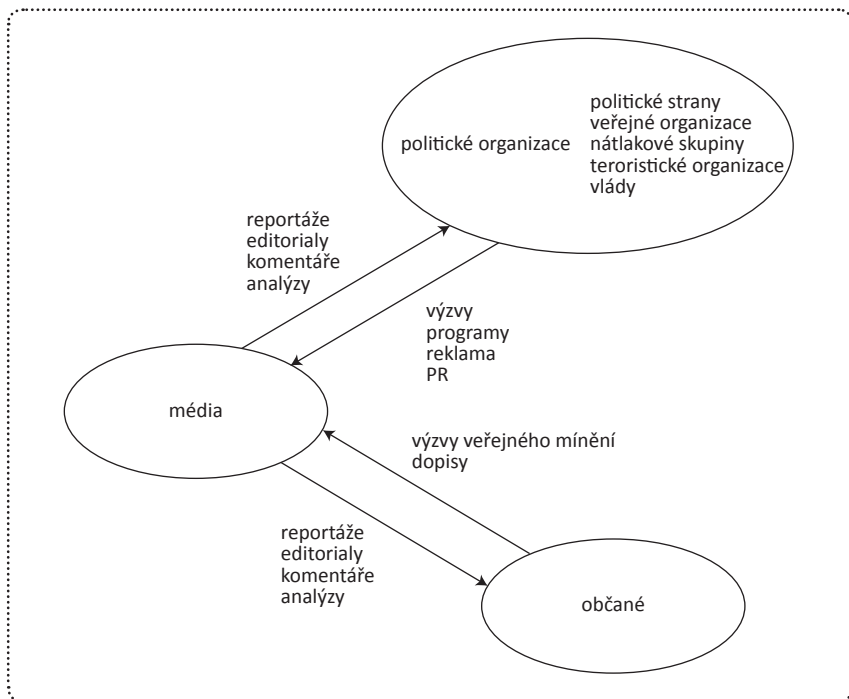


Schéma 1 Prvky (a toky) politické komunikace (McNair 2003: 6)

Do skupiny **kollektivních** tak budou v první řadě zahrnuty instituce státní či na ně napojené (jimi zřizované), vlády, parlamenty (a jejich součásti). Zadruhé zmíníme specifické veřejné/veřejnoprávní instituce. Zatřetí politické strany jako nejtradičnější spojku mezi státem a jeho občany (včetně na ně navázaných organizací, např. mládežnických a ženských, více či méně závislých think tanků apod.). A za čtvrté všechny elementy tzv. „občanské společnosti“, ať už hierarchicky strukturované „nevládní a neziskové“ NGOs,¹² nebo zezdola vzlínající, často monokauzální grassroots uskupení. Tradičně se do této skupiny dále řadí například odbory (nebo zaměstnanecké svazy), církve a kupříkladu univerzity a další vědecké a výzkumné instituce. A vlastně všechna dobrovolně vzniklá a více či méně formálně existující dlouhodobější sdružení individuí/občanů,

¹² K „nevládnosti“ a „neziskovosti“ se zde přidávají důležitá kritéria vzájemné/obecné/veřejné prospěšnosti.

kteřá vyjadřují určitý společný zájem a dopouštějí se, byť třeba okrajově, i jeho hájení/prosazování vně skupiny – nazývat je zájmovými skupinami (*interest groups*) zde bude asi lepším označujícím / méně zatíženým termínem než používat označení skupiny „nátlakové“. K úvaze se pak dále nabízejí například firmy, teroristické bojůvky,¹³ facebookové a obdobně vytvořené skupiny¹⁴ atp.

Hodláme-li již v tuto chvíli uvažovat o jejich možnosti zúčastnit se (mediovaného) politického komunikování, pak je k dispozici základní rozlišení na *insider* versus *outsider* group.¹⁵ Z definice nevyplývá pro kolektivního aktéra „viditelnost“ pro média a v médiích, ale právě média budou v našem výčtu posledním, specifickým kolektivním politickým aktérem.

Jako nejběžnější typ **individuálního** politického aktéra se nabízí buď zástupce kolektivního politického aktéra, ovšem oprávněnost této nálepky má širokou škálu (např. v případě politické strany člen – mluvčí – kandidát – volený zástupce atd.) a někdy bude i v přímé úměře s rolí uvnitř kolektivního aktéra (a i schopností „existovat“ mimo něj), anebo „pouhý“ občan stávající se periodicky voličem. Mezi ně pak můžeme umístit nejrozličnější politické solitéry, „nezávislé“ kandidáty, experty, obecně známější osobnosti, celebrity atp.

Hodláme-li již v tuto chvíli uvažovat o možnosti individuálních politických aktérů zúčastnit se (mediovaného) politického komunikování, pak se nabízí základní rozlišení na „hlasy s přístupem“ (a bez něj¹⁶). Z definice vyplývá jejich „viditelnost“ v médiích, posledními specifickými individuálními politickými aktéry nám zde budou novináři (opět široká škála od eléva k senior komentátorovi či moderátorovi) a mediální

¹³ S označením terorista je třeba při politickém komunikování zacházet opatrně, ne náhodou se v mediálních studiích často užívá jako příklad síly označování, když jednoho a téhož muže s puškou můžeme nazvat poprvé ‚rebelem‘, podruhé ‚partyzánem‘, potřetí bojovníkem ‚osvobozeneckým‘, počtvrté ‚nepřátelským‘ a na závěr právě ‚teroristou‘.

¹⁴ Na jedné straně je zde důležité kritérium rychlé kolektivní organizace, koordinace a mobilizace, na straně druhé však povaha spíše okamžitá či krátkodobá, volající po případné další institucionalizaci daného uskupení.

¹⁵ „Wyn Grant (1995: 15–23) provedl zásadní rozlišení mezi vnitřními (*insider*) skupinami, považovanými za legitimní a zahrnutými ve vyjednávání/konzultacích s vládou a/nebo veřejnými úřady, vytvářejícími tak ‚politické komunity‘ (*policy communities*), a vnějšími (*outsider*) skupinami, které nemají či přímo odmítají přístup do politického systému nebo si třeba nepřejí být považovány za legitimní a soustředí se především na ovlivňování veřejného mínění“ (Rawnsley 2005: 103).

¹⁶ Tzv. *accessed voices* viz Hartley 1986; související termín „primární definující“ (*primary definers*) viz Hall 1978.

vlastníci („magnáti“). Zejména v poslední kapitole nám k nim ožijí různé profese spojené s profesionalizovanou politickou komunikací, například spin doktoři.

Zatímco jména třeba vlastníků médií při politickém komunikování vůbec nemusí zaznívat (a přitom jejich vliv na obsahy této komunikace může být zásadní), na druhé straně spousta textů sice může explicitně uvádět jména a názvy aktérů, ale texty samé příliš relevantní vliv při tvorbě politik asi mít nebudou – typicky kupříkladu texty o vnitřní organizaci kolektivních aktérů nebo o soukromí aktérů individuálních.

Při definování politické komunikace si opravdu nevystačíme jen s definováním politického komunikátora, souběžně s otázkou „**Kdo komunikuje?**“ musíme řešit i to, **o čem komunikuje**. Elegantní můstek mezi jednotlivými aktéry politické komunikace a jejím obsahem pak představuje Schulzův citát: „Politici aktéři dělají závazná rozhodnutí o společenských normách, pravidlech a hodnotách či distribuci společných statků, nebo se snaží tento rozhodovací proces ovlivnit.“ (Schulz 2006)

Hodnoty a zdroje

Když po politických aktérech přesuneme nyní pozornost ke společným statkům (omezeným zdrojům), pak se jako první nabídne státní rozpočet – jak jej naplňovat (např. stanovením daňových a jiných odvodů) a jak následně distribuovat takto shromážděné prostředky je konstantně velmi viditelnou a ve druhé polovině roku vrcholící součástí politického komunikování. Kategorie společných statků ovšem veřejnými penězi (tedy např. i krajskými a obecními rozpočty) zdaleka nekončí: životní prostředí a veřejný prostor, voda, půda, energie, kulturní statky nebo (radiové, vysílací) frekvence, zdaleka nejen to si lze přestavit pod omezenými zdroji, které se následně dle závazných norem a předpisů (zákony, vyhlášky) nějak distribuují.

Tato distribuce pak odráží další prvky Schulzova citátu. V závazných normách ožívají klíčové hodnoty společnosti – svoboda a/versus odpovědnost a/versus rovnost, spravedlnost/právo, pořádek, bezpečí, solidarita, důstojnost, (ne)omezenost majetku/vlastnictví, morálka, to vše shrňme pod kategorii hodnot.

Hodnoty a zdroje tak představují dvě navzájem se ovlivňující skupiny. Zdroje jsou jedny (resp. ve specifických případech zbývá ještě prostor pro určování, co jsou zdroje společné/veřejné a co soukromé), rozdělují se

pak dle hodnot (přičemž ožívají různé představy o naplňování/realizaci hodnot, hodnoty spolu někdy až soupeří navzájem). Boj hodnot (nebo „idejí“, chceme-li) pak představuje Hallinovo **schéma 2** zobrazující kruh základního, jádrového společenského konsenzu, související okruží legitimní kontroverze a volné, téměř neomezené okolí deviace (viz Rawnsley 2005: 104). Hranice mezi jednotlivými sférami jsou samozřejmě nestálé, jak se jednotliví političtí aktéři snaží se svými pořádky hodnot protlačit v konkrétních případech své partikulární pojetí ke středu (a konkurenční tak implicitně odstředovat).

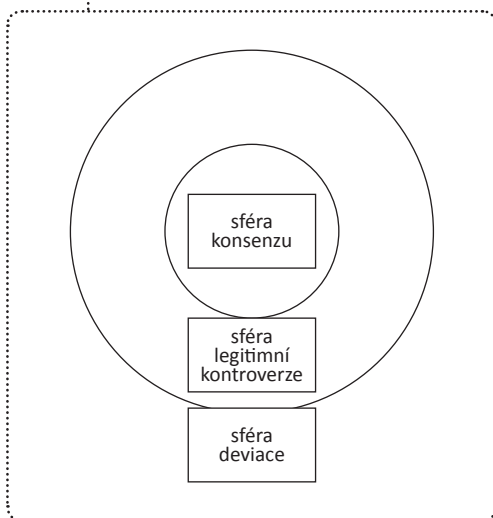


Schéma 2 Sféry veřejné komunikace (Rawnsley 2005: 106, orig. viz Hallin 1986)

Lze-li nějaký moment první kapitoly nazvat klíčovým, pak je to právě tento. Hodláme-li definiční úsilí směřovat ke smyslu/účelu politického komunikování, pak je to právě diskuse o pravidlech/normách, které následně závazně určí nakládání se společnými statky (distribuci omezených zdrojů).

Polity – politics – policy

Po politických aktérech, hodnotách a zdrojích zbývá zastavení u posledního prvku Schulzova citátu – závazného rozhodování. Představu o fungování tohoto mechanismu (na který se někdy omezuje podstata politiky, resp. politické moci) a hlavně roli politické komunikace v něm usnadní rozklad českého termínu **politika** do anglických *polity*, *politics* a *policy*.¹⁷

Z této další triády (byť jednotlivé sféry jsou propojeny a prolínají se ještě více než v případě předchozí kruhové) je pro nás relativně nejméně důležitou oblastí **polity**, tedy normativní a institucionální rámec daný ústavou, právním řádem, obecně sdílenými tradicemi a historicky ustanovenými institucemi státu a společnosti.

Politics vyjadřuje procesuální a dynamický aspekt politiky, oblast, v níž se nejrůznější zájmy a přístupy, programy, koncepce nebo jednání politických aktérů střetávají. Právě tato oblast je pro definici politické komunikace a její následné analyzování klíčová – zde sledujeme ve vzájemné interakci *politics* jednotlivých aktérů, které chápeme jako specifický pořádek hodnot, jako vyjádření zájmu daného aktéra, v ideálním případě má toto vyjádření již podobu předjímací třetí složku politiky, je tedy i jakýmsi návrhem *policy*.

Policy slouží jako označení zbývajících materiální a obsahové stránky, jde v podstatě o výstup politického procesu, o sublimovaný výsledek střetu nejrůznějších *politics*, o veřejné politiky v podobě rozhodnutí, v nichž ožívají hodnoty a/nebo se distribuují omezené zdroje.

Výslednou představu o fungování politické komunikace, jejich tocích, obsahu a aktérech, tedy definici politické komunikace této publikaci vlastní, získáme ideálním průnikem dosud zobrazených schémat a „politické triády“.

Ve středu prvního schématu nalezneme **média** jako oblast setkávání politických aktérů (institucí) s těmi, jejichž zájmy se tváří reprezentovat (od čehož se odvíjí legitimizace politického rozhodování).

Politická komunikace se týká vyjednávání o **hodnotách** (a od nich se odvíjející distribuce sdílených **statků**), jejich posouvání na škále norma–deviace jako ve druhém schématu.

V konkrétních tematických oblastech přicházejí jednotliví aktéři se svými **politics**, výsledkem střetávání různých *politics* je pak jejich přetažení do **policy** (*policies*).

¹⁷ Viz např. Fiala 1995: 131–147, Fiala, Schubert 2000: 13–37.

Je asi zřejmé, že vzájemný vztah střetu politics a výsledné policy je volný, respektive v přímé úměře k tomu, nakolik je struktura politického komunikování přímo včleněna do procesu politického rozhodování. A i když nebudeme trvat na veřejně dostupné komunikaci uvnitř jednotlivých kolektivních aktérů (občanské společnosti či/i státu), těžko se zbavíme představy obecné dostupnosti (veřejnosti¹⁸) obsahů takto konceptualizované politické komunikace jako základního normativního požadavku – těžko by se našel relevantní hlas, který by si nepředstavil uspořádání naší společnosti, komunikování a rozhodování jako **res publica**.

Res publica předpokládá prostředí, v němž se politická komunikace může svobodně rozvíjet, v němž dochází k posunům mezi hodnotovými okruhy, v němž se střetávají nejrůznější *politics* a kde částečně dochází k jejich postupnému přerodu na *policies* (resp. na témata či návrhy na policies).

Toto prostředí, které sice není zaměnitelné s médii, nicméně jemuž masová média dominují (případně jeho provoz zajišťují), nazvěme tradičně (trochu mlhavým) termínem **veřejná sféra** (veřejné sféry) a věnujme mu (jim) následující kapitolu.

Členění kapitol

Odkaz na normativnost (*res publica* jako normativní minimum) o několik řádek výše měl čtenáře či čtenářku připravit na způsob, jakým hodlám členit tuto a následující kapitoly. Úvodní (a delší) část každé kapitoly bude vycházet z pozic, které v politické komunikaci jako oboru dominují, bude jakýmsi autorským otiskem hlavního proudu studií politické komunikace.

Toto členění kapitol by mohlo odrážet existenci dvou základních paradigmat ve studiu médií – dominantního a alternativního – tak, jak je definoval McQuail (1999: 92–97, případně McNair s odlišnými pojmenováváními paradigma konkurence a dominance, 2004: 25–34) se zřetelnou inspirací konfliktualistickým a konsenzuálním přístupem sociologie, další možné mateřské disciplíny studií politické komunikace.

Z perspektivy, že společnost je alespoň potenciálně dobrá, nadaná kvalitami svobody, demokracie, plurality apod. a média jí v tom mohou leccíms pomoci (úkolem studií politické komunikace je odstraňovat mediální dysfunkce a „pomáhat tak pomáhat“), zkusím vycházet vždy

¹⁸ Dále viz aspekty veřejnosti (*publicness*) ve druhé kapitole.

v prvních částech kapitol. Od normativního náhledu na systém/společnost je jen krok k pestrému vějíři očekávání na fungování/jednání médií, proto je toto paradigma samozřejmě dominantní i v produkci vědění. K dispozici je dost literatury i témat pro další bádání, k jehož cestám se budu pokoušet v textu instalovat směrovky.

V závěru každé kapitoly se budu naopak snažit zaznamenat některé alternativní náhledy na danou oblast politické komunikace objevující se v relevantní literatuře oboru. Druhé části kapitol se budou snažit být jakými kritickými protipóly naznačujícími alternativní přístupy k pojednávání kapitole politické komunikace. Menší rozsah těchto kritických/alternativních podkapitol by možná mohl v přímé úměře odrážet i menší produkci literatury ve srovnání s produkcí dominantního proudu oboru, hlavní důvod je ale prostší – tato publikace vznikala jako příspěvek k hlavnímu proudu.

1.2 Alternativní definice

Když jsme se v první části této kapitoly věnovali tokům politické komunikace, tak zde můžeme za alternativní příspěvek považovat Schudsonovy směry/toky/úrovně politické komunikace, v nichž rozlišil komunikaci **elitní**, tj. komunikaci vládnoucích (politických elit) mezi sebou, **petiční**, kdy se ovládaní obrací na vládnoucí, **asociační**, kdy ovládaní komunikují mezi sebou, a konečně **hegemonní** – komunikaci od vládnoucích k ovládaným. Schudson sám definuje politickou komunikaci jako „jakýkoli přenos sdělení, které má nebo má mít vliv na distribuci či použití moci ve společnosti“ (Schudson 1989: 304).

Moc, termín od jakékoliv politické komunikace neoddělitelný (a o níž jde v politice „až v první řadě“), konceptualizuje alternativní paradigma nikoliv konsenzuálně (společně dosahovaný výkon v zájmu všech), ale konfliktualisticky (ve prospěch jednoho a neprospěch druhého). Asi by ani nešlo nezmínit **marxismus** hned v prvním kritickém závěru kapitoly o politické komunikaci, kde se nám skupina aktérů rozkládá dle jejich přístupu k moci a tvorbě *policies*, tedy na **ovládající** a **ovládané**.

Tento přístup (viz Křeček 2004) klade akcent na toky mezi dvěma (a více) patry, nebojme se v tento moment říci třídami – právě **třídy** jsou v klasickém marxismu základními politickými aktéry. Jsou-li definovány vztahem k výrobním prostředkům a následuje-li zdůraznění, že média

jsou výrobní prostředek svého druhu, pak z toho vyplývá vcelku zřejmá představa o podobě a smyslu takto produkované politické komunikace. Média jsou chápána jako nástroj jedné¹⁹ ze tříd, zákonitě slouží jejímu zájmu. S žádným veřejným komunikačním prostorem, který by mohl být alespoň zčásti nezávislý na trhu a/či státu, se vůbec nepočítá, politická komunikace funguje spíše k přesvědčování a manipulaci než k informování a diskusi.

Klasický marxismus ani přístupy jím inspirované si od médií nic neslibují, respektive vždy je nějak implicitně staví na stranu (zatímních) vítězů. Jsou nazvána ideologickým státním aparátem (doplňujícím represivní státní aparát), je rozlišeno mezi panstvím a hegemonií a užito buď klasické (třídy, proletariát), nebo modernizované (elity, mediální a mocenský blok versus lidová opozice) terminologie. Optikou alternativního paradigmatu obecně a vzhledem k tokům politické komunikace i konkrétně jsou média stanovena spíše jako vykořisťující než sloužící – respektive ta dominantní část mediálního systému, která bývala klasickou terminologií opsána jako média „buržoazní“, nověji pak například „korporátní“ nebo „mainstreamová“. To, co bychom zde mohli nazvat studiem politického komunikování, směřuje k deskripci, jak (a maximálně s jakým účinkem) slouží tato média coby převodní páka odshora dolů, jak je obsah zaujatý (*biased*), jak je diskriminováno v médiích, jak média fungují jako eskapizační a narkotizační element, jak ideologicky interpelují a udržují falešné vědomí a sociální realitu, zřetelně výhodnou pro jedny a nevýhodnou pro druhé, konstruují coby výhodnou pro všechny a/nebo jako jedinou možnou.

Tento kritický dovětek (přetavení marxistické kritiky v marxleninskou normu viz stručně dále ve třetí kapitole) se pokoušel ve zkratce nastínit tak široké sociálněvědní pole, že jsem rezignoval na odkazy k dílčím publikacím a eventuální zájem směřuji rovnou na celé podobory mediálních studií, příbuzné studiím politické komunikace. Zřetelnou inspiraci a často i deklarovaný vztah ke klasickému marxismu či jeho neomarxistickým mutacím nesou zejména kritická politická ekonomie médií (rozvíjející spíše ekonomickou základnu médií a komunikace), kulturní studia (řešící spíše kulturní nadstavbu), částečně i studia diskurzu.

¹⁹ Tato konceptualizace někdy ústí v přesvědčení o existenci specifické „třetí třídy“ zaměstnané v médiích.

Prostředí politické komunikace

2.

Úvod druhé kapitoly se vypořádá s normativností při studiu politické komunikace. Poté budou identifikovány dvě základní tradice demokratické teorie: reprezentačně-liberální a participačně-liberální. Jako variace na tuto úvodní dualitu se nabídnou i rozdílné konceptualizace veřejného komunikačního prostoru – buď jako veřejného tržiště, nebo jako veřejné sféry, centristický a pluralistický pohled na vztah veřejné sféry a médií, případně rozdělení na interní versus externí mediální pluralismus. Zásadním momentem kapitoly se stane široké chápání reprezentace nejen jako politického, ale i jako mediálního mechanismu, čehož bude následně využito při rozpuštění politologického významu termínu reprezentace – což vyústí v ambice analyzovat stav zastupitelské demokracie na škále delegativní versus participativní. Opětovný návrat k dualitám bude doveden do operacionalizované podoby a pro oba typy prostoru veřejné/mediální komunikace budou nabídnuty sady analytických nástrojů umožňující měřit jeho kvalitu. Tristní výsledky povedou zpět k otázce, nakolik (resp. zda vůbec) je možno očekávat demokratický příspěvek od mediálního systému, v němž dominují soukromá média. Kritický závěr kapitoly po zmínce o politické ekonomii médií stručně představí dvě alternativní koncepce politického komunikování ve veřejném prostoru – kultur(ál)ní a radikálně-demokratickou.

2.1 Dominantní pohled

Definičním cílem první kapitoly byl popis samotné činnosti (politického komunikování), zpřehlednění zúčastněných aktérů a směru jeho toků. I když již zaznělo pár slov o samotném smyslu, právě druhá kapitola bude tím hlavním místem pro výklad vlastností, účelů a principů politické komunikace, prostředí, v němž se odehrává, a kvalit, kterých by měla