

# **Ztracená politika, transformovaná politika, kolonizovaná politika? Teorie vlivu masových médií**

**// Politics Lost, Politics Transformed, Politics Colonised?  
Theories of the Impact of Mass Media**

**John Street**

University of East Anglia

**Překlad: Jiří Ogrocký**

V posledních letech došlo k významnému nárůstu literatury o vztahu mezi politikou a masovými médii, a to převážně o jednotlivých tematických oblastech, jako je vliv masových médií na chování voličů, vznik nových forem politické komunikace nebo mediální politická ekonomie. Zároveň se však tato tematicky různorodá literatura často zaměřovala na jednotlivé obecné problémy, obvykle charakterizované z hlediska „transformace“ politiky. Navzdory tomuto obecnému tématu došlo jen k poměrně málo pokusům propojit a srovnat rozdílné přístupy. Pohled na teoretické rozdíly v této nové literatuře o politice a médiích odhalí tři perspektivy – pluralistickou, konstruktivistickou a strukturalistickou. Tyto přístupy až příliš často nepozorovaně koexistovaly, aniž by soutěživě usilovaly o pokrok poznání ve zmíněných třech hlavních tematických oblastech.

Ať už vyšetřování komise Lorda Huttona<sup>1</sup> zjistilo nebo nestihlo zjistit cokoli, poskytlo další ilustraci propojení mezi světem politiky a masovými médii. Několik málo vteřin a několik (špatně zvolených) slov pronesených časně ráno, které si vyměnili dva profesionální žurnalisté, nezvratně změnilo životy jednotlivců a institucí. Alespoň to tak vypadalo, a tak o tom široce referovali stejní reportéři i jejich kolegové odjinud. Tyto zpravodajské příběhy a komentáře propůjčují důvěryhodnost předpokladu, že média a politické instituce byly pevně propojeny a že osud každé z těchto oblastí závisí na druhé. Jejich vztah vystihuje výraz „sexuální přitažlivost“,<sup>2</sup> kolem něhož se točí původní reportáž Andrewa Gilligana o chování vlády Spojeného království. Lord Hutton věnoval zvláštní pozornost tomu, aby upřesnil politický význam tohoto výrazu. Stejný posuzovatel však vůbec nezpochybnil předpoklad, že sbírka dokumentů může být více či méně „sexy“, že může být vytvořena tak, aby sváděla čtenáře, a že její „sexuální svůdnost“ je přímo měřitelná novinovými titulky a délkou sloupků, jejichž napsání podnítila. Slova „sexuální přitažlivost“ symbolizují

---

1 Text je překladem studie: Street, John. 2005. „Politics Lost, Politics Transformed, Politics Colonised? Theories of the Impact of Mass Media.“ Pp. 17–33 in *Political Studies Review*, Vol 3 (2005).

2 Komise pod předsednictvím Lorda Huttona byla ustavena britskou vládou s cílem prozkoumat okolnosti týkající se úmrtí zbrojního experta Davida Kellyho dne 18. července 2003. Jeho smrt byla dávána do souvislosti s reportáží rozhlasové stanice BBC o zbraních hromadného ničení v Iráku, vysílané 29. května 2003, v níž reportér Andrew Gilligan s odvoláním na Kellyho zpochybnil tvrzení britské vlády o tom, že Saddám Husajn má možnost zaútočit těmito zbraněmi do 45 minut, a obvinil vládu Tonyho Blaira z úmyslné dramtizace nebezpečí Husajnova režimu pro západní svět. Zpráva komise Lorda Huttona, zveřejněná 28. ledna 2004, se postavila na stranu vlády a označila Gilliganovu reportáž za nepodloženou a editoriální postupy stanice BBC za chybné. V důsledku této zprávy odešel z BBC nejen Andrew Gilligan, ale také generální ředitel stanice Greg Dyke a šéf rady BBC Gavin Davies (pozn. překl.).

spojení politiky a médií a Huttonovu zprávu lze číst jako rozsáhlou lamentaci nad údělem, který padl na tradiční politický život v důsledku jeho intimního spojení s médii (toto téma následně rozvinul novinář John Lloyd, srv. Lloyd 2004).

Tento pesimistický názor se odráží ve většině současné akademické literatury o vztahu mezi politikou a médii, ačkoli zde se uprostřed nářků ozývají také oslavné hlasy. Těmto rozdílným reakcím je společná myšlenka, že jsme svědky „transformace“ politické role masových médií a s tím i transformace politiky samotné. Tvzení o těchto transformacích jsou částečně tvrzeními o moci a jejím rozdělení a organizaci, tedy o vlivu mediálních magnátů a vydavatelů novin uzurpujících moc politických vůdců; částečně popisují politické chování mas a způsoby, jimiž je myšlení a jednání občanů utvářeno a ovlivňováno produkcí masmédií; a částečně vypovídají o politické komunikaci a řízení stran a vlád – o výskytu „spinu“ a extenzivním využívání technik reklamy a populární kultury a lidí, kteří v nich pracují.

Přestože je přesvědčení o existenci tohoto procesu transformace, ať už je prospěšný, nebo ke škodě, celkem rozšířeno a rychle se dále přebírá, je udivující, jak málo pozornosti se věnovalo teoretickým předpokladům, na nichž taková tvrzení musí spočívat, i jejich důsledkům. Vyskytly se tendence buď začlenit nové techniky komunikace do tradičních charakteristik politických procesů, nebo se zaměřit na diskuse o jejich účincích (zachycených například v představách o „nevolnosti z médií“), bez pochopení teoretických paradigmat, v nichž takové debaty probíhají. Následující článek se pokouší tato paradigmata, v nichž je psána literatura, která nyní v tak hojné míře zaplňuje police knihoven, identifikovat. S tím, jak narůstá zájem politologie o média, je třeba se ptát, jak změnit naše chápání politických procesů, aby se přizpůsobilo těmto novým pohledům? Je jasné, že nyní je dostupné velké množství výzkumu politických vlivů médií a jejich politického využívání v politické komunikaci a v politických kampaních. Jak ale souvisejí tyto poznatky s teoriemi a zájmy, které vymezují širší obor politických studií?

Obtíž, kterou představuje tato otázka, pramení částečně ze skutečnosti, že bohatství literatury je produktem propojení různých oblastí vědy o politice, v nichž se kladou různé otázky po vlivu médií na teritorium, ve kterém působí, a přijímají se různé přístupy k jejich zodpovězení. Tato dělba je prohlubovaná pracemi vznikajícími v tematicky příbuzných oblastech, jako jsou mediální a kulturní studia. V celém tomto procesu přitom probíhá jen omezený dialog mezi jednotlivými podoblastmi a nedostatečná výměna názorů o teoretických a metodologických předpokladech, jejichž vyjasnění by se za jiných okolností mohlo stát společným cílem teoretického úsilí. Neschopnost podílet se na takovém úsilí může být zčásti výsledkem informačního přetížení, lhostejnosti, nedostatku příležitostí, nebo někdy dokonce otevřeného nepřátelství.\*

V tomto textu budu chtít ukázat, že existují tři teoretické přístupy, které usměrňují myšlení o vztazích mezi politikou a masovými médii. Těmito přístupy jsou pluralismus, konstruktivismus a strukturalismus. Rozdíly mezi nimi se odhalují v jejich konkurujících si pojetích „komunikace“, ve způsobu, jak vymezují oblast „politického“, a ve vysvětlení rovnováhy mezi strukturou a činností. Při úvahách o vztazích médií s politikou je důležité brát tyto tři konkurenční perspektivy v úvahu, abychom v hlasech, ozývajících se z tohoto v současnosti přelidněného pole, vůbec rozpoznali nějaký smysl. Nejdříve však bude užitečně stručně zmapovat způsoby, jimiž se studium masových médií stalo součástí studia politiky.

### **Politologie a masová média**

Současný růst počtu učebnic a monografií, článků a časopisů, které zdůrazňují význam vztahů mezi politikou a médii, je v ostrém kontrastu se situací před dvěma nebo třemi

desetiletími. Tuto změnu lze jasně vidět na obsahu učebnic. První díl příručky *Developments in British Politics*, publikovaný v roce 1983, obsahoval pouze stručnou zmínku o masových médiích v závěrečné kapitole; druhý díl (Drucker et al. 1986) však měl o tři roky později o médiích celou kapitolu od Kennetha Newtona. Časopis *Political Communication* byl založen na začátku osmdesátých let dvacátého století a *The Harvard International Journal of Press/ Politics* v roce 1996, tedy zhruba ve stejné době, kdy *Asociace pro politická studia* (*Political Studies Association*) ustavila svou *Odbornou skupinu pro politiku a média* (*Politics and Media Specialist Group*). Katalogy nakladatelství mají nyní celé stránky věnované knihám o politické komunikaci a masových médiích, a to nehovoříme o mnoha studijních a postgraduálních kursech a diplomových pracích, kterým slouží jako téma.

Z historického hlediska byla otázka vztahu masových médií k politice rámována představou „propagandy“ a strachem z jejich účinků na „masovou společnost“. Známy je například názor Josepha Schumpetera, který v *Kapitalismu, socialismu a demokracii*, (1976 [1943]: 257) napsal: „Čtenáři novin, posluchači rozhlasu a členové stran, i když nejsou fyzicky shromážděni na jednom místě, se hrozně snadno nechají proměnit v psychologický dav a dostat do stavu šílenství, v němž každá snaha o racionální argumentaci jen podněcuje animální sklony.“ Na tomto zájmu o moc masových médií je příznačné, že se nezaměřuje tolik na jejich obsah, jako na jejich zprostředkující účinky na politickou racionalitu a chování. Tato perspektiva v literatuře trvale převládala. „Politické účinky“, alespoň v rámci hlavního proudu vědy o politice, se vyprofilovaly jako přednostní téma zkoumání, které často souviselo s volbami. (například Miller 1991) Jen překvapivě málo prací bylo ve vědě o politice věnováno obecnému obsahu médií; ten byl z velké části ponechán nekonformním autorům, jako byli Edward Herman a Noam Chomsky (1988), nebo těm, kteří se řadili do sociologie, například vědcům z *Mediální skupiny Glasgowské univerzity* (*Glasgow University Media Group*, viz například GUMG 1976, 1980, 1993), nebo do lingvistiky. (Chilton 2003; Fowler 1991) Existovaly sice výjimky (například Norris, Kern a Just 2003), ale bylo jich poměrně málo. Někteří z vyloženě ideologických komentátorů mediálního zpravodajství pak byli vystaveni v rámci vědy o politice mohutné kritice. (například Harrison 1985) Byla tak vytyčena hrubá dělicí linie mezi pracemi o účincích médií a těmi, které se věnovaly jejich ideologii nebo obsahu. Toto rozdělení samozřejmě nebylo nikdy zcela zřetelné, ale rozdíl se staly ještě mlhavější se vznikem třetího proudu, který byl zaměřen na formu a organizaci politické komunikace. Tento výzkum se ani tak nezabýval vlivem médií na chování mas, jako spíše jejich vlivem na politickou komunikaci a stranickou organizaci. (Kavanagh 1995; Rosenbaum 1997; Wring a Horrocks 2001) Velkou pozornost věnoval politickým stranám a volbám (Bartle – Atkinson – Mortimore 2002; Crewe – Grosschalk – Bartle 1998), ale řešil také komunikaci vlády. (Lees-Marshment 2004; Scammell 1995) Čtvrtý proud zájmu o média zaujímal ve vědě o politice nižší patro, i když stále produkoval důležitou literaturu. Byl zaměřen na vztah mezi veřejnou politikou a médii. Převážná část těchto prací pojednávala o konkrétních opatřeních ve veřejné politice, vyplývajících z regulace médií, zvláště rozhlasového a televizního vysílání, jak ve specifickém kontextu dané země, tak ve srovnávací perspektivě. (Collins – Murrone 1996; Dyson – Humphreys 1988; Humphreys 1996; Levy 1999) Tyto práce byly doplňovány obecnějšími studii o politické ekonomii médií a kulturního průmyslu. (viz například Hesmondhalgh 2002; Tunstall – Machin 1999) Lze k nim přiřadit i výzkum role médií v přípravě širších politických programů a v jejich realizaci. (Robinson 2001) Poslední proud politologického zájmu o média vyplýval z teorie politiky a z politické filosofie. Obvykle se týkal vztahu mezi médii a demokracií. (Keane 1991; Lichtenberg 1990; O'Neill 2002)

Těchto pět proudů politologického výzkumu mediální oblasti – propagandy, účinků, komunikace, veřejné politiky a demokracie – si příznačně kladlo za cíl přispívat k tématům, kterými se věda o politice už zabývala. Šlo zejména o chování při volbách a výsledky voleb, organizaci a praxi politických stran, vládní politiku a principy demokracie. Tím, že upřeli svou pozornost na tradiční oblasti tohoto oboru, se badatelé nechali svést, aby opomíjeli teoretické předpoklady, které výzkum těchto oblastí usměřňovaly. Implicitní předpoklady, řekněme o strukturách a činitelích v oblasti jejich zájmu, prostě jen přijímali. Přitom však zatemnili širší důsledky vztahů mezi politikou a médii. Tyto důsledky bych chtěl vynést na světlo v následujícím přehledu současné literatury o vztahu médií a politiky.

### **Ztracená politika? Diskuse pluralistů**

Zřetelným tématem v současné literatuře o vztahu mezi médii a politikou v liberálních demokraciích je téma krize. Šíří se strach, že demokratický proces ohrožuje eroze veřejné sféry, způsobená „zabalením“ politické komunikace do „prázdných“ politických zpráv (nedávný příklad viz v Marquand 2004). Jedno z nejdůležitějších prvních vyjádření této obavy se nachází v knize Jaye Blumlera a Michaela Gurevitche (1995) *Krize veřejné komunikace*. Byla sice vydána až v polovině devadesátých let, ale obsahuje eseje, které byly psány po více než dvě desetiletí a které jsou v knize zasazeny do rámcového popisu systematického procesu. Autoři se domnívají, že veřejná komunikace musí být chápána jako produkt řady navzájem propojených institucionálních praktik, což je už samo o sobě významné tvrzení. Docházejí k závěru, že tento systém se v případě Spojených států a Spojeného království dostává do „stále větších potíží“ a je „ochuzován“ tím, jak se politicky jedná s občany. (Blumler – Gurevitch 1995: 203) Jejich příspěvek pomáhal vytvořit program, který měl pro tuto oblast zkoumání hluboké důsledky.

Jedna z prací, která na ně očividně navazuje, je *Bowling Alone* (2000) Roberta Putnama (a jeho články, které ji předcházely, například Putnam 1995), kniha, jež sama ovlivnila celou politologii, a zvláště diskusi o vztahu mezi politikou a masovými médii. Velká část současné literatury odráží Putnamovu obavu z rozkladu sociálního kapitálu a z prudkého poklesu občanské angažovanosti. Masová média jsou identifikována jako jeden z pachatelů zločinu (Putnam přirovnává svůj kauzální model k detektivce Agáty Christie *Vražda v Orient Expressu*, v níž není jen jeden vrah, ale několik vrahů nesoucích kolektivní odpovědnost). Putnamovo základní tvrzení dalo literatuře o médiích zaměření, aby sloužila buď k jeho podpoře (Capella – Jamieson 1997; lyengar 1991), nebo k jeho zpochybnění. (Newton 1999; Norris 2000) Diskuse, kterou Putnam rozpoutal, poskytla rovněž základ tomu, co by se dalo charakterizovat jako pluralistické paradigma v konceptualizaci a analýze role masových médií v politice.

Není zde nutné podrobně opakovat Putnamovu argumentaci, ale bude užitečné alespoň nastínit jeho klíčová tvrzení a předpoklady, které souvisejí s médii. V první části *Bowling Alone* Putnam uvádí množství údajů na podporu názoru, že politická participace a jiné formy občanské angažovanosti v USA s malými výjimkami upadají. Jedním z hlavních podezřelých jsou podle Putnama masová média (zvláště televize). Když má připisat odpovědnost za snižující se občanskou angažovanost, přisuzuje nejnižší míru finančním a časovým tlakům a šíření předměstského životního stylu (po 10 %). „Elektronická zábava“ je prý naopak zodpovědná přinejmenším za 25 % tohoto trendu. (Putnam 2000: 283–4)

Jeho argumentace čerpá z ověřování tří hypotéz, které spojují televizi s občanskou neangažovaností. Za prvé, televize „soupeří o vzácný čas“; za druhé, její psychologické účinky „tlumí sociální participaci“; a za třetí, programový obsah „podrývá občanskou

motivací“ (Putnam 2000: 237) Podle Putnama tyto hypotézy potvrdily průzkumy a jiné údaje, z nichž čerpá. Televize, prohlašuje, nejenže ukrádá čas, ale navozuje „letargii a pasivitu“ (Putnam 2000: 238 a 242) Šíří také poselství, která tento trend vyhrocují. (Putnam 2000: 242 a násl.) Putnamovy obecné názory byly začleněny do širší teorie nevolnosti z obrazovky či z médií,<sup>3</sup> s níž přišel jako první Michael Robinson (1976) v *American Political Science Review*. Důležitý je ale způsob, jímž Putnamovy názory utvářejí zásadní příspěvky k našemu chápání vztahu politiky k masovým médiím – zejména práce Pippy Norrisové (1999 a 2000) a jejich kolegů. Zde se soustředím na dva z těchto příspěvků. Prvním je spoluautorská práce o všeobecných volbách v roce 1997, nazvaná *On Message: Communicating the Campaign*, a druhým autorčina samostatná mezinárodní srovnávací studie *A Virtuous Circle*.

V práci *On Message* sledují autoři vývoj nových forem politické komunikace, a to, jak se tomuto vývoji přizpůsobovaly politické strany. Norrisová (1996) už dříve tradičně rozdělila celou tuto historii do tří fází či typů – do období předmoderního, moderního a postmoderního. Kniha *On Message* pak chronologicky zaznamenává měnící se komunikativní strategie na pozadí svého hlavního zájmu, kterým je analýza účinků těchto strategií a systémů komunikace na politické postoje a chování. Autoři na základě různých rozsáhlých průzkumů, panelových studií a experimentů došli k závěru, že dostupné údaje teorii nevolnosti z obrazovky či z médií nepotvrzují a že účinky médií jsou jen omezené nebo neprokazatelné (experimentální údaje určité účinky odhalují, nejsou to však účinky toho druhu, který by mohl být znovupotvrzen v analýze dat z „reálného světa“). Doklady, které mají, interpretují tak, že vystavování se mediálnímu působení nevede ke ztrátě angažovanosti, ale spíše k její kultivaci: „V protikladu k teoriím o nevolnosti z televize jsou kumulativní účinky sledování televizních zpráv a četby tisku z velké části pozitivní.“ (Norris et al. 1999: 182)

Tato kniha se opírá o explicitní model komunikace a jejích účinků a o implicitní teorii politické struktury a politické činnosti, z níž tento model vychází. Tento model komunikace-účinek lze shrnout následovně: „Kdo (zdroj) sděluje co (obsah) prostřednictvím jakého kanálu (média) komu (publikum) a s jakým účinkem.“ (Norris et al. 1999: 9) Krátce řečeno, komunikace se chápe jako „postupný proces“, který začíná nějakou zprávou a končí „vhozením hlasovacího lístku“. (Norris 1999: 19) Je zde patrný předpoklad, že jednotliví voliči zpracovávají informace v souladu se svými zájmy a dispozicemi a v rámci svých omezených zdrojů a dovedností se pouštějí do racionálních kalkulací.

Podobný rámec najdeme i v díle *A Virtuous Circle* (Norris 2000: 13–14), které se rovněž zabývá literaturou o otupělosti videotechnikou a médii – a snaží se ji zpochybnit. Využívá stejný model jako práce *On Message*, ale tentokrát zdroj (média), zprávy (politickou komunikaci) a účinky (volební chování) navzájem izoluje. Změny a trendy v každém z těchto tří stupňů komunikativního procesu zkoumá prostřednictvím podrobného mezinárodního srovnávání. Norrisová tvrdí, že média se v čase měnila a lišila se i v jednotlivých zemích (takže bychom se měli vyhnout zevšeobecněním o povaze „občanského fóra“ nebo veřejné sféry), což znamená, že tvrzení o obecném úpadku kvality nebo kvantity politických informací není obhajitelné. Informace, domnívá se autorka, jsou nyní dostupné v různých formách a na různých úrovních. Norrisová rovněž pohlíží skepticky na tvrzení, že se politická komunikace transformovala. Zastává názor, že projevující se trendy se liší podle politického kontextu (nejzřetelnější je to u systémů regulujících mediální komunikaci),

3 V orig. „video malaise“, resp. „media malaise“; tato metafora vyjadřuje obecné přesvědčení o negativním vlivu televize (případně médií obecně) na politickou participaci občanů, potažmo na kvalitu demokratických rozhodovacích procesů (pozn. překl.).

který omezuje a organizuje tlaky, jež by mohly vést k transformaci v jiných podmínkách. Doklady, které uvádí, podporují podle ní názor, že masová média pozitivně přispívají k politickému vědění, čímž má na mysli „praktické znalosti“, které pomáhají lidem „spojit jejich politické a sociální preference s dostupnými volbami“. (2000: 213)

O značné hodnotě komparativních údajů, které Norrisova předkládá, a způsobu, jímž vyvrací nashromážděné konvenční moudrosti, které podporovaly představy o otupělosti videotechnikou, nemůže být pochyb. Práce jí samotné i jejích kolegů je cennou protilátkou na Putnamovy teorie. Avšak navzdory rozdílům mají Putnam a Norrisová mnoho společného. Oba například přistupují na konvenční rozlišování mezi politickým a nepolitickým obsahem. To je jasně patrné v Putnamově kritice škodlivých účinků televizní zábavy a skrytě přítomno v hodnoticím odkazu Norrisové k „serióznímu politickému zpravodajství“. (Norris 2000: 28) Co tvoří nebo vymezuje „triviální“ politické zpravodajství, se jen předpokládá, místo aby se dokazovalo. Takové hodnotové rozlišování odráží obecnější předpoklad, že mediální obsah má být nahlížen, přinejmenším ve vztahu k politice, jako „informace“ – která je správná nebo špatná, triviální nebo seriózní. (Norris 2000: 212) Mediální zpravodajství se zde nechápe jako součást nějakého širšího ideologického systému, v němž je „zdravý rozum“, jak se uplatňuje v politice a v každodenním životě, neustále konstruován a rekonstruován. V takovém pojetí jsou individuální postoje a hodnoty chápány jako strukturovaný výsledek mediálního obsahu (a zájmů, které tento obsah určují). Norrisová místo toho pracuje s jiným pojetím vztahu mezi strukturou a činností, v němž jsou voliči vykresleni jako relativně autonomní jednotlivci, kteří působí ve vztahu k mediálním zprávám v „oboustranně interaktivním procesu“. (Norris 2000: 18) Tímto způsobem pomáhá praktické politické vědění spojit preference s volbami. Toto pojetí je také konzistentní s modelem politické komunikace, v níž existuje řetězec vedoucí prostřednictvím mediálního obsahu a formy od komunikátora k publiku a která má měřitelné „účinky“.

Tyto účinky však mají omezenou povahu. Týkají se jen způsobu, jakým „informace“ mění rozhodnutí o tom, jak spojit. Nemají vliv na to, jak se tyto preference a volby vytvářejí. Úvahy Norrisové se v tomto smyslu odvíjejí zcela v rámci pluralistického paradigmatu, v němž preference jednajících jsou již dány a média působí jen jako instrumentální zprostředkovatel mezi těmito jednajícími lidmi a možnostmi, které nabízí politický systém. Takové pojetí je v ostrém protikladu ke koncepci, v níž média tento politický systém a vztahy mezi činiteli působícími v jeho rámci „konstruují“. Zatímco v pluralistickém pojetí scény jsou média jen jedním hercem vedle mnoha jiných, v „konstruktivistickém“ popisu jsou média autorem celé hry.

### **Transformovaná politika? Konstruktivistický obrat**

Populárním klasickým vyjádřením názoru, že politika se setkáním s masovými médii transformovala, je práce Neila Postmana *Amusing Ourselves to Death* (1985, česky *Ubavit se k smrti*, 1999). Tato kniha stejně jako *Closing of the American Mind* Allana Blooma přitahovala na konci osmdesátých let dvacátého století velkou pozornost, protože pojednávala o rozšířených obavách ze snižování kvality veřejného života a vysvětlovala je. Postman si zoufá nad dnešním takzvaným „vyprazdňováním“ politické komunikace a tento proces pokládá za součást logiky televizního média, logiky, která proměnila politickou komunikaci na variantu showbyznysu. Svět politiky je rekonstituován podle konvencí média, v němž našel svou existenci; média, která ho zpřítomňují a podávají o něm zprávy, ho konstruují jako „realitu“, v níž se politika stala povrchní hrou iluzí.

Za jakéhosi Postmana vědy o politice lze pokládat Boba Franklina s jeho knihami *Packaging Politics* (1994) a *Newszak and News Media* (1998). Franklin výmluvně dokumentuje situaci, která podle něho vede k úpadku politické komunikace a k souvisejícímu poškozování demokracie. Nové formy politické komunikace podle Franklina upřednostňují předvádění před podstatou, zdání před konkrétním politickým opatřením. Noví architekti této éry – nájemní vykladači politiky a pracovníci v reklamě naverbovaní vládami a politickými stranami – slouží jen k tomu, aby oslabovali moc občanů a oklešťovali politiku.

Ne všichni, kdo zaznamenávají změny v politické komunikaci, nad nimi zoufají. Stejně jako tvrzení o nevolnosti z médií podnítilo diskusi reprezentovanou pracemi Norrisové a Putnama, vyvolaly ji i argumenty, které předložil Franklin. Někteří autoři, mezi nimi Jennifer Lees-Marshmentová (2001) a Margaret Scammellová (1995), nabídli neutrálnější popis zavádění marketingových metod do politické komunikace a necítili se nijak nuceni vidět v tom antidemokratický trend. Hodnotnou dokumentaci historie politické komunikace obsahuje nedávno publikovaný sborník *Political Communications Transformed*, jehož editory jsou John Bartle a Dylan Griffiths (2001).

I když se tato nově se objevující literatura v oblasti vědy o politice zabývá širší problematikou účinku změn v politické komunikaci na demokracii, z velké části se nesnaží poskytnout systematický nebo teoretický přehled takto vzniklých spojitostí. Její autoři nepřijímají Postmanův obraz všeobšlé transformace, ale mají tendenci pracovat v rámci dosti úzkého pole politické komunikace a politických kampaní a podrobně sledovat změny ve způsobu, jímž se nyní chovají zejména politické strany. V tomto smyslu nemají na název „konstruktivisté“ oprávnění, protože zkoumají změny konkrétního ustáleného politického procesu: komunikace mezi politikem a občanem. Jejich přístup se uplatňuje spíše v rámci podobných pluralistických předpokladů o politické a instrumentální komunikaci, jako byly ty, z nichž vycházela Norrisová, třebaže se zaměřují na odlišný aspekt politického procesu. Neaspirují na vytvoření nějaké transformativní teorie po vzoru Postmana a nepřijímají předpoklad, který je v ní obsažen, že politika existuje jen ve zprostředkované podobě.

Takový radikálnější posun však provádějí jiní. Badatelé jako Roderick Hart (1999) tvrdí, že televize předělala vztahy mezi voliči a politiky, protože utváří způsob, jak lidé politiku vidí a cítí. To se netýká jen instrumentálních změn v politické komunikaci; spíše jde o transformaci politiky jako oblasti aktivity. Tuto myšlenku chtějí zachytit výrazy jako „nová politika“ nebo „zprostředkovaná politika“.

Tato argumentace je konstruktivistická ve smyslu tvrzení, že politika je tvořena řadou mediálních reprezentací a existuje jen v jejich podobě. Tuto myšlenku dokresluje David Kertzer (2001) ve sborníku statí o současné politické komunikaci v Itálii, v němž tvrdí, že politika je vytvářena rituály, které odvozují svou působivost ze svých symbolických reprezentací. Média jako zdroj těchto reprezentací proto hrají ve vytváření „politiky“ rozhodující roli. Podobným způsobem se Michael Delli Carpini a Bruce Williams (2001: 161) zamýšlejí nad představou, že „politika“ vytváří samostatnou oblast, kterou lze zmapovat na základě „seriózních“ mediálních reprezentací zpráv a současných záležitostí. „Politika“ však podle nich existuje v jiných, „plytkých“ formách mediální kultury a je těmito formami vytvářena: „Politika je převážně zprostředkovaná zkušenost.“ (Delli Carpini – Williams 2001: 161) V přímém protikladu k hledání „seriózního politického zpravodajství“, které je patrné u Norrisové (2001: 161), obracejí autoři pozornost k „politickému významu populární kultury v konstruování a interpretaci zpráv“. Proto je například otázka, zda se Bill Clinton a Monica Lewinská opravdu oddávali sexu, „definitivně zastíněna reprezentací těchto záležitostí“.

(Delli Carpini – Williams 2001: 170) Je to svět hollywoodské satiry *Vrtěti psem*, v němž se vymýšlejí virtuální války, aby se vytvořila nová politická „realita“.

Delli Carpiniho a Williamsovy názory se objevují ve sborníku *Mediated Politics*, jehož záměrem je podle editorů zkoumat „transformace politiky a veřejné sféry, které vyplývají ze změn v působení nových i starých komunikačních technologií“. (Bennett – Entman 2001: 3) Stejný cíl mají i jiní autoři. Například Peter Dahlgren (2001: 85) v dalším takovém sborníku (*New Media and Politics*\*\*\*) obhájí „prvek umírněného postmoderního uvažování“, čímž má na mysli názor, že „politika už neexistuje jako realita vyskytující se vně médií, kterou by žurnalisté měli ‚pokrývat‘ svým zpravodajstvím. Politika je spíše stále více organizovaná jako mediální fenomén a plánovaná a vykonávaná pro média a ve spolupráci s nimi“. To je duch, v němž se tyto současné sborníky sestavují (i když ne vždy všichni jejich přispěvatelé sdílejí tak radikální program): smysl politiky je konstituován a transformován médii, které o ní formálně podávají zprávy.

V tomto konstruktivistickém obratu jsou tři implicitní kroky. Prvním je zpochybnění přednostního zájmu o „komunikaci“ a o její modely, které přijímala Norrisová a jiní badatelé. „Politická komunikace“, uvádějí John Corner a Dick Pels (2003: 5), „je jednak příliš omezující ve svém předpokládaném rozsahu (zaměřená, někdy výlučně, na politickou publicitu a politický žurnalismus, se zaujetím pro volební kampaně), jednak příliš funkcionalistická ve svých důsledcích v podobě sebevědomě vykonávané vymezené role“. Druhým krokem je posun zaměření na estetiku politiky, na pojetí politiky jako projevu symbolické interakce – odtud i zájem o prezentační a předváděcí aspekty politiky. Třetí krok spočívá v opuštění ostrého protikladu, který se tradičně vedl mezi těmi, kdo chápali účast médií v politice jako přínos, a těmi, kdo v tom viděli její mrzačení. Vztah médií a politiky je místo toho podáván jako mnohem nejednoznačnější a spornější záležitost.

Příkladem těchto konstruktivistických tendencí je sám Corner, který přichází z prostředí mediálních a kulturních studií. Pozoruje, jak se v politické kultuře vznášá jako přízrak „postava politika“. (Corner 2000: 401) Ta existuje v nekonečných žurnalistických portrétech, v příbězích o politice a v populárních politických biografiích, ale stěží vůbec vystupuje v politických analýzách. (pozoruhodná výjimka viz Stanyer – Wring 2004) Corner (2000: 401) tvrdí, že to je příčinou, proč politickým analytikům uniká způsob, jímž jednotlivci v politice slouží, Cornerovými slovy, „kondenzací politického“: „Činitelé, kteří politicky volí a jednají, se přesto stávají ohniskem politických hodnot a idejí takovým způsobem, který přesahuje hranice oblasti jejich praxe.“ Podobnou myšlenku lze nalézt v dřívější práci Johna Thompsona *The Media and Modernity* (1995, česky *Média a modernita*, 2006: 126), kde se píše: „Vývoj médií [...] dává vzniknout novým formám ‚zprostředkované publicity‘.“

Ve shodě s Machiavelliho radou, že vladaři nemusí mít dobré vlastnosti, ale musí *vypadat*, že je mají, zaměřuje Corner pozornost na konkrétní vnějškové efekty, které jsou nezbytné pro provádění moderní demokratické politiky. Takové efekty se konstruují prostřednictvím projevů a přijímaných stylů chování politiků. Jsou to projevy a styly, které existují v masmédiích a závisí na nich. Jinými slovy, zkoumání politiky vyžaduje zkoumání způsobů, jimiž jsou takové projevy konstruovány a styly vyjadřovány, protože v demokraciích právě ony vytvářejí styky mezi zastupovanými a jejich zástupci. Významné politické vztahy jsou konstruovány prostřednictvím mediálních projevů, a z tohoto hlediska bychom měli chápat, jak se nám navrhuje, vztahy mezi politikou a masovými médii.

I když Corner obrací pozornost jen k jednomu přehlíženému aspektu politiky, jeho přístup má hluboké důsledky i pro obecnější teoretické uchopení „politiky“. Podporuje



myšlenku, že oblast politiky se má chápat jako produkt kulturní konstrukce, v níž rozhodující roli hrají masová média. Masová média prostě nefungují jen jako prostředky komunikace ani jako nástroje politiky, ale spíše utvářejí samotné politické vztahy. V této perspektivě se odmítá vysvětlení komunikace a působnosti v politice, které je charakteristické pro pluralistické paradigma, a je nahrazeno interpretativními procesy kódování, dekódování a sociální konstrukce reality a identity. V tomto smyslu to lze chápat jako rekonstrukci politiky v jazyce kulturních studií. To je ale závěr, kterému jsou političtí vědci nuceni odporovat.

### **Kolonizovaná politika? Odložený konstruktivismus**

Jedním ze současných příkladů tohoto odporu politických vědců ke konstruktivistickému pojetí je kniha *Media Democracy* od Thomase Meyera (2002). Meyer se v ní stává jak proti pluralismu Norrisové, tak proti konstruktivismu kulturních studií. Ačkoli uznává význam vnějškového efektu a stylu v politické komunikaci, není ochoten ho přijímat bezvýhradně. Trvá na zachování určitého prostoru pro takovou formu politiky, která není totožná s její reprezentací ani s komunikativními gesty, které podněcuje. „Konstruktivismus“, domnívá se, musí předpokládat svět vně toho, co je konstruováno. Jen uznání existence entity, která se nachází vně procesu konstrukce, dovoluje posoudit adekvátnost nebo hodnotu této konstrukce. (Meyer 2002: 49–50) Jak jinak by se vědělo, co je konstrukce *čeho*? Meyer proto trvá na oddělení těchto dvou oblastí, tedy médií a politiky, a na rozlišování dvou „logik“. Má za to, že politické události mají logiku, která je nezávislá na jakékoli mediální konstrukci. Jak píše (Meyer 2002: 10): „Ať už se konstrukce mediálního kódu jakkoli pokouší vnutit se politickým událostem jako jejich reprezentace, ať už se jakkoli snaží je transformovat, skrze hotový mediální produkt musí nakonec prosvítat logika samotných událostí.“ Toto analytické a empirické rozlišování se stalo součástí argumentace, jejíž hlavní linie vede ke způsobům, jimiž mediální logika „kolonizuje“ politiku. Představa kolonizace zachovává myšlenku, že existuje něco, co předchází imperiální intervenci, ale co je pak touto intervencí zabráno.

Mediální logika se podle Meyera skládá ze dvou filtrů. První představuje výběr „zpráv“ – toho, co se pokládá za hodno pozornosti. Druhý se týká způsobu prezentace, tedy prostředků, kterými je uchváčena pozornost publika – obvykle jde o vyprávění dramatických příběhů. Při dodržování této logiky je politika stále více nahlížena a posuzována z divadelní a estetické perspektivy (v procesu urychlovaném komerčními pobídkami, které se vztahují na všechny komunikační konglomeráty i jejich konkurenci z veřejných služeb). Tímto způsobem je politika kolonizována; je nucena, aby přijímala hodnoty médií, které o ní informují.

Meyer je neústupný v tom smyslu, že využívá představu kolonizace, aniž by hovořil o celkové transformaci. Není konstruktivista. Jedním z aspektů této kolonizace je způsob, jímž mediální časové horizonty vytlačují časové horizonty politiky. Politický čas je nutně delší, protože musí umožnit záměrné a konsenzuální budování; mediální čas se týká okamžitého a bezprostředního. Zprávy nejsou zprávami, pokud je už oznámili konkurenti. Vývoj nových mediálních technologií měl umožnit přenos živých zvuků a obrazů tak, jak se dějí, ať se odehrává cokoli. „Mediální komunikace,“ uvádí Meyer (2002: 44), „je tlačena k nekompromisnímu zachycení současnosti.“ Toto napětí mezi politickým a mediálním pojetím času je řešeno v procesu kolonizace, v němž mediální čas překryje čas politický. Dané vysvětlení zachovává představu, že existují reálné politické procesy, které působí v neustálém střetávání s procesy mediálními. Vytváří se tak dynamika, která podle Meyera

unikala statictějšímu, instrumentálnímu modelu komunikace, s nímž přišla Norrisová. (Meyer 2002: 51)

Pro Meyera je výsledkem boje mezi mediální a politickou logikou to, že politika se stává řízenou scénou. Legitimita je potvrzována mediálně vybuzenými vjemy. Politická komunikace se podřizuje mediální logice a „stává se stále více *vypočítavost*“. (Meyer 2002: 53, kurzíva autor) Jinými slovy, média stanovují pravidla, jimiž se politika řídí, a skutečné politické procesy se stále více ztrácejí ze zřetele. Nezmizely, jen to tak *vypadá*. Meyer poznamenává (2002: 57): „Jakmile se sféra politiky dostane pod vliv mediálního systému, významně se mění: stává se závislou na mediálních pravidlech, aniž by však naprosto ztratila svou odlišnou identitu.“

V mnoha populárních výkladech tohoto procesu jsou jeho příčinou tendenční interpreti politiky. (například Jones 1995) Meyerovo vysvětlení však tuto kauzalitu obrací. Za tuto transformaci nejsou odpovědní tito nájemní komentátoři, ale zpravidla je to tak, že je naopak vytváří potřeba zvládat proces kolonizace: „Čím primitivněji prezentují masová média politiku, vedeny povrchními kritérii, která jsou zvyklá uplatňovat, tím více musí politika vyžadovat svou vlastní kastu vykladačů, aby neztrácela kontrolu nad způsobem, jímž je líčena.“ (Meyer 2002: 61) Protože podmínky, v nichž se politika odehrává, jsou stále častěji nově vymezovány nebo nově interpretovány podle logiky médií, politika se stále více podobá „sugestivní oslnivé show“. (Meyer 2002: 65) Strany a ostatní zprostředkující procesy jsou touto mediální kolonizací marginalizovány; jejich časové horizonty jsou neslučitelné s „neoblomným lpěním na okamžitém prezentování současnosti“, příznačným pro mediální logiku. (Meyer 2002: 107) To je důležité pro způsob, jak se dají účinky médií pochopit a zachytit. V přístupu Norrisové to podle Meyera (2002: 148) nelze docenit, ať má sebepodrobnější statistiky, kvůli omezenému pojetí politického vědění (jakožto prostředku spojujícím preference a volby), v němž se věnuje příliš málo pozornosti širším formám poznání a obecnějšímu chápání politických procesů.

Meyerova vlastní logika ho nedovádí k žádným závěrům ohledně dopadu mediálních reprezentací politiky na občany. Zdá se, že sdílí obecné přesvědčení o nevolnosti z médií: že někteří občané se přestávají angažovat kvůli svému zvyku sledovat televizi a sociálnímu umístění. Důležité je však to, že v tom vidí důsledek širších politických změn. Tvrdí, že nejvýznamnější dopad mají média na politický proces. V této situaci nemají hrubé míry politického vědění nebo angažovanosti občanů velkou relevanci, neboť jejich schopnost vyvíjet nějaký vliv se rovná nule. „Marginalizací stran a zprostředkujícího systému,“ tvrdí Meyer (2002: 108), „zmenšují média příležitosti, které může mít občanská společnost k tomu, aby ovlivnila vstupní zdroje politiky.“

Meyerovy představy jsou přesvědčivě podány v útlé knize, ale vyvolávají řadu otázek. Některá tvrzení se odvolávají na výzkumné údaje, které nejsou podrobněji prodiskutovány. Výrazy jako „opravdová politika“ nebo „komunikativní přiměřenost“ (Meyer 2002: 134 a 139) jsou rétorické a jejich užívání není dostatečně ospravedlněno. V diskusi o možnostech dekolonizace hovoří o potřebě „kultury demokratické odpovědnosti v úřadech vydavatelství“ (Meyer 2002: 133), aniž by naznačil, co to obnáší a jak by to mohlo být uskutečněno. Snad nejslabší místo Meyerovy teorie je v tom, že se odvolává k ústřední představě mediální a politické „logiky“. Tato logika předpokládá jakousi podstatu obou těchto oblastí, kterou jde však stěží dokázat, nehledě na to, že ji zpochybnily konstruktivistické výklady, které lokalizovaly „politiku“ do řady kulturních scén a projevů. Tyto dvě „logiky“ mohou být konec konců spíše produktem moci než nějakými přirozenými charakteristikami těchto

oblastí samotných. Uvedená myšlenka inspiruje poslední ze tří teoretických proudů, které podněcují snahy dát smysl vztahům mezi politikou a masmédií.

### **Znovuobjevená politika? Strukturalistický návrat**

Příkladem tohoto třetího, strukturalistického proudu je Nicholas Garnham. Je možná paradoxní, že ačkoli (na rozdíl od Norrisové a Meyera) nepůsobí na katedře politických věd, jeho teorie se ze všech nejotevřeněji dotýká politické teorie. Kde se pluralisté zabývají „informací“ a „poznáním“, Garnham se zabývá „mocí“. Garnham (2000: 4) v téměř přímém protikladu k pluralistickému komunikativnímu modelu Norrisové píše: „Kdo může říci co, v jaké formě, pro koho, za jakým účelem a s jakým účinkem, bude částečně determinováno strukturou ekonomické, politické a kulturní moci ve společnosti a částečně bude tuto strukturu determinovat.“ Stejně tak není Garnham ani konstruktivista, přinejmenším v tom smyslu, že připisuje kauzální účinky materiálním zdrojům a ekonomickým vztahům.

Pro Garnhama (2000: 10–12) je zkoumání médií součástí širšího projektu sociální teorie, který se musí vztahovat na trvalé otázky struktury, činnosti a utváření komunit a povahy tohoto předmětu. Z této perspektivy se přikládá problémům, jako je „vyprazdňování“ politické komunikace nebo obecněji nevolnosti z médií, přehnaný nebo mylný význam. Vývoj masových médií musí být podle Garnhama chápán jako součást širšího procesu formování státu a vývoje kapitalismu a jejich role a povaha analyzovány s ohledem na konkrétní politické a komerční požadavky a zájmy působící v dané době. Výraz „vyprazdňování“ předpokládá nějakou (idealizovanou) předchozí situaci „inteligentní“ komunikace, i když ve skutečnosti lze popisovaný proces lépe pochopit jako komodifikaci komunikací. (Garnham 2000: 30–31) „Mediální systémy,“ píše Garnham (2000: 59–60), „jsou ve své podstatě stejné jako supermarket. Jsou to systémy pro balení symbolických produktů a jejich distribuci tak rychle a levně, jak je to možné.“ Garnham (2000: 38) se domnívá, že „všechny teorie médií se zakládají na teoriích, které popisují proces historického vývoje mediálních institucí a praktik a jejich vztahu k vývoji modernity a k jejím charakteristickým sociálním strukturám a praktikám“. Podle Garnhama je tato historie produktem logiky *komodifikace* médií spíše než logiky médií jako takových, jak má sklon předpokládat Meyer.

Garnham se zaměřuje na strukturální moc, která alokuje zdroje a omezuje chování. Tyto formy moci jsou zodpovědné za regulace, které se uplatňují v mediální oblasti a determinují osud veřejné sféry. Důsledkem tohoto pojetí je, že takto orientovaní badatelé zabývající se vztahem mezi médií a politikou mají přednostní zájem nikoli o schopnosti a chování jednotlivců nebo o praktiky stran a žurnalistů, ale spíše o systémy politických regulací, které řídí organizaci systémů mediálních.

Jedním ze způsobů, jak tuto věc ilustrovat, je porovnat zaměření na politické vědění u Norrisové a Garnhamův zájem o vzdělávání. Vzdělávání je, tvrdí Garnham (2000: 4), důležitou formou komunikace, která slouží k tomu, aby se lidé mohli účastnit širšího procesu sociální stratifikace a naučili se mu přizpůsobovat. Garnham se proto staví proti zaměření na produkty mediálních systémů – noviny, programy – a doporučuje místo toho věnovat pozornost jejich producentům. Klíčem k pochopení reprezentací světa politiky se stává společenské řízení žurnalistických procesů. To je opět v protikladu k teoretickému modelu Norrisové, v němž se zprávy spíše zprostředkovávají než vytvářejí.

Ve svém přístupu chce Garnham (2000: 109) nabídnout alternativu k „metodologickému individualismu“ a „zjednodušujícímu behavioristickému lineárnímu modelu spojení příčin a účinků“, který je příznačný pro literaturu o účincích médií v rámci pluralistické tradice. Věnuje ale je málo pozornosti etnografickému výzkumu „aktivního“ publika, kterým

se vyznačuje konstruktivismus. Místo toho obhajuje nutnost začít zpracovávat „průzkumy rodinných výdajů a studie o demografických a spotřebních vzorcích, které využívají reklamní agentury a marketingová oddělení“. (Garnham 2000: 116) Takové informace mají být zasazeny do vysvětlení institucionální konstrukce publika a „oblastí jednání, které jsou otevřeny nebo uzavřeny“. (2000: 118) Garnham je přesvědčen, že mediální zprávy mohou utvářet „naše chápání světa, ale jak ho pak interpretujeme nebo jednáme na základě tohoto chápání, souvisí se sociálním postavením a zkušeností“. (2000: 125) Krátce řečeno, Garnham podává vysvětlení vztahu politiky a masových médií, které tento vztah zasazuje do struktur politické ekonomie, protože ta obě sféry organizuje.

Garnhamovu začlenění médií do širší sociální a politické teorie chybí podrobná analýza příslušných procesů, tedy jak a kdy působí struktury tak, jak sám tvrdí. Objevují se však výzkumy, které patrně jistým způsobem tento požadavek splňují. Jeden velmi zajímavý příklad podávají Timothy Besley a Andrea Pratová (2001), kteří vytvořili ekonomické modely způsobů, jimiž mohou být média „zabrána“ vládou a umožňovat politikům a jiným činitelům potlačovat informace o společenské a politické korupci. Besley a Pratová ukazují, jak schopnost zabrat média závisí mezi jinými na systémech vlastnictví médií. Jejich práce postupuje přes vytváření modelů politického a mediálního chování k jejich testování pomocí mezinárodních srovnávacích údajů o mediálních režimech, ukazatelích korupce a délce setrvání lidí v politice. Besley a Pratová přináší systematické, ne-li nesporné důkazy pro určitá tvrzení, která vyslovují strukturalisté Garnhamova typu. Bezpochyby poskytují příklad, jak se dá spojit abstraktní teorie médií s empirickou analýzou, a získat tak systematické vysvětlení vztahu médií a politiky.

### Závěr

Tento článek možná svádí k závěru, že spíše než důkazem existence tří konkurenčních teoretických paradigmat v analýzách vztahu politiky a masových médií je vlastně jen pouhým upozorněním na fakt, že existují tři různá témata (účinky médií, politická komunikace a politická ekonomie médií), přičemž ke každému z nich se přistupuje jiným způsobem. Různá témata vyžadují vytvoření různých teorií, ale nikoli naopak. Vzato z jiné strany, tyto tři přístupy lze chápat tak, že rozdělují oblast zkoumání podél metodologických linií, od empirismu pluralistů po abstraktní teorie strukturalistů. Ale učinit takové závěry by znamenalo přehlížet společná tematická vlákna a problémy, z nichž jsou tyto teorie utkány. V každém přístupu jsou vyslovena konkrétní tvrzení o charakteru „komunikace“, o povaze politické oblasti a o vztahu struktury a činnosti. A navíc, střídání důrazu na empirická fakta a teorii není nutností, ale spíše nahodilým rysem té které posuzované práce.

Bude proto mnohem přijatelnější připustit, že rozdílné (někdy vysloveně, někdy skrytě) teoretické tradice *soupeří*, aby vymezily a zachytily oblast zkoumání. A tento fakt soupeření musíme uznat a prozkoumat, aby se tato oblast zkoumání rozvíjela způsobem, který by nám umožnil znovu a plněji promýšlet naše vysvětlení politických procesů. Místo mírové (nebo alespoň k sobě navzájem lhostejné) koexistence jednotlivých přístupů je nutná větší snaha rozvíjet a tříbit jak teoretické ideje, tak výzkumné metody vhodné ke studiu vztahu politiky a masových médií. Ty mohou být rozčleněny i podél zlomových linií mezi teoriemi komunikace, koncepcemi politiky a vysvětleními vztahu struktury a činnosti. Které ideje a metody máme na mysli, vychází najevo, až se o ně vede spor. Není však cílem vytvořit ještě abstraktnější teorii, ale spíše řešit otázky, které mají přímé důsledky pro to, jak chápeme politické myšlení a jednání.

## O autorovi

**John Street** působí na School of Political, Social and International Studies, University of East Anglia, Norwich NR4 7TJ, UK.

E-mail: j.street@uea.ac.uk

## Poznámky

Děkuji anonymním posuzovatelům z *Political Studies Review*, kteří se mě pokusili uchránit před některými z mých ukvapených tvrzení a zarážejících opomenutí.

- \* Přinejmenším jeden významný badatel, zabývající se vztahy mezi politikou a masmédií, neochvějně věří, že obor kulturních studií musí doklad o politickém významu masových médií teprve přinést.
- \*\* V zájmu průhlednosti by mělo být řečeno, že jsem do dvou ze zde zmíněných sborníků sám přispěl (Axford a Huggins 2001; Corner a Pels 2003).

## Literatura

- Axford, B. – Huggins, R. (eds.) 2001. *New Media and Politics*. London: Sage.
- Bartle, J. – Atkinson, S. – Mortimore, R. (eds.) 2002. *The General Election Campaign of 2001*. London: Frank Cass.
- Bartle, J. – Griffiths, D. (eds.) 2001. *Political Communications Transformed: From Morrison to Mandelson*. Basingstoke: Palgrave.
- Bennett, L. M. – Entman, R. (eds.) 2001. *Mediated Politics: Communications in the Future of Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Besley, T. – Prat, A. 2001. „Handcuffs for the Grabbing Hand? Media Capture and Government Accountability.“ <http://www.wallis.rochester.edu/SummerWS2002/media.pdf> (15.11.2007)
- Blumler, J. – Gurevitch, M. 1995. *The Crisis of Public Communication*. London: Routledge.
- Cappella, J. – Jamieson, K. 1997. *Spiral of Cynicism*. New York: Oxford University Press.
- Chilton, P. 2003. *Analysing Political Discourse: Theory and Practice*. London: Routledge.
- Collins, R. – Murrone, C. 1996. *New Media, New Policies*. Cambridge: Polity.
- Corner, J. – Pels, D. (eds.) 2003. *Media and the Restyling of Politics*. London: Sage.
- Corner, J. 2000. „Mediated persona and political culture: Dimensions of structures and process.“ Pp. 389–405 *European Journal of Cultural Studies*, r. 3, č. 3.
- Crewe, I. – Grosschalk, B. – Bartle, J. (eds.) 1998. *Political Communication: Why Labour Won the General Election of 1997*. London: Frank Cass.
- Dahlgren, P. 2001. „The Transformation of Democracy?“ Pp. 64–88 in *New Media and Politics*. Ed. Axford B. – Huggins, R. London: Sage.
- Delli Carpini, M. X. – Williams, B. A. 2001. „Let Us Infotain You: Politics in the New Media Environment.“ Pp. 160–181 in *Mediated Politics: Communications in the Future of Democracy*. Ed. Bennett, L. M. – Entman, R. Cambridge: Cambridge University Press.
- Drucker, H. et al. (eds.) 1986. *Developments in British Politics 2*. Basingstoke: Macmillan.
- Fowler, R. 1991. *Language in the News: discourse and ideology in the press*. London: Routledge.
- Dyson, K. – Humphreys, P. (eds.) 1988. *Broadcasting and New Media Policies in Western Europe*. London: Routledge.
- Franklin, B. 1998. *Newszak and News Media*. London: Arnold.
- Franklin, B. 1994. *Packaging Politics: Political Communications in Britain's Media Democracy*. London: Arnold.
- Garnham, N. 2000. *Emancipation, the Media, and Modernity*. Oxford: Oxford University Press.

- GUMG. 1993. *Getting the Message: News, Truth and Power*. London: Routledge.
- GUMG. 1980. *More Bad News*. London: Routledge.
- GUMG. 1976. *Bad News*. London: Routledge.
- Harrison, M. 1985. *TV News: Whose Bias?* London: Policy Journals.
- Hart, R. 1999. *Seducing America: How Television Charms the Modern Voter*. New York: Oxford University Press.
- Herman, E. – Chomsky, N. 1988. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon.
- Hesmondhalgh, D. 2002. *The Cultural Industries*. London: Sage.
- Humphreys, P. 1996. *Mass Media and Media Policy in Western Europe*. Manchester: Manchester University Press.
- Iyengar, S. 1991. *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jones, N. 1995. *Soundbites and Spin Doctors*. London: Cassell.
- Kavanagh, D. 1995. *Election Campaigning: The New Marketing of Politics*. Oxford: Blackwell.
- Keane, J. 1991. *The Media and Democracy*. Cambridge: Polity.
- Kertzer, D. 2001. „Political rituals.“ Pp. 99–112 in *The Art of Persuasion: Political communication in Italy from 1945 to the 1990s*. Ed. Cheles L. – Sponza, L. Manchester: Manchester University Press.
- Lees-Marshment, J. 2004. *The Political Marketing Revolution: Transforming the government of the UK*. Manchester: Manchester University Press.
- Lees-Marshment, J. 2001. „The Marriage of Politics and Marketing.“ Pp. 692–713 in *Political Studies*, r. 49, č. 4.
- Levy, D. 1999. *Europe's Digital Revolution: Broadcasting regulation, the EU and the Nation State*. London: Routledge.
- Lichtenberg, J. (ed.) 1990. *Democracy and the Mass Media*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lloyd, J. 2004. *What the Media Are Doing to Our Politics*. London: Constable.
- Marquand, D. 2004. *The Decline of the Public: The Hollowing Out of Citizenship*, Cambridge: Polity.
- Meyer, T. (spolu s L. Hinchmanem). 2002. *Media Democracy: How the Media Colonise Politics*. Cambridge: Polity.
- Miller, W. 1991. *Media and Voters*. Oxford: Oxford University Press.
- Newton, K. 1999. „Mass Media Effects: Mobilization or Media Malaise?“ Pp. 577–599 in *British Journal of Political Science*, r. 29, č. 4.
- Norris, P. – Kern, M. – Just, M. (eds.) 2003. *Framing Terrorism: The News Media, the Government, and the Public*. New York: Routledge.
- Norris, P. 2000. *A Virtuous Circle: Political Communication in Postindustrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Norris, P. 1996. *Electoral Change since 1945*. Oxford: Blackwell.
- Norris, P. – Curtice, J. – Sanders, D. – Scammell, M. – Semetko, H. A. 1999. *On Message: Communicating the Campaign*. London: Sage.
- O'Neill, O. 2002. *A Question of Trust*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Postman, N. 1985. *Amusing Ourselves to Death*. London: Methuen.
- Putnam, R. D. 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.
- Putnam, R. D. 1995. „Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America.“ Pp. 664–683 PS: *Political Science and Politics*, r. 28, č. 4.

- Robinson, M. J. 1976. „Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise: The Case of 'The Selling of the Pentagon'.“ Pp. 409–432 in *American Political Science Review*, r. 70, č. 2.
- Robinson, P. 2001. „Operation Restore Hope and the Illusion of a News Media Driven Intervention.“ Pp. 941–956 in *Political Studies*, r. 49, č. 5.
- Rosenbaum, M. 1997. *From Soapbox to Soundbite*. Basingstoke: Macmillan.
- Scammell, M. 1995. *Designer Politics: How Elections are Won*. Basingstoke: Macmillan.
- Schumpeter, J. 1976. *Capitalism, Socialism and Democracy*. London: George Allen & Unwin.
- Stanyer, J. – Wring, D. (eds.) 2004. *Public Images, Private Lives: The Mediation of Politicians around the Globe*, zvláštní vydání *Parliamentary Affairs*, r. 57, č. 1.
- Thompson, J. B. 1995. *The Media and Modernity: A Social Theory of Media*. Cambridge: Polity.
- Tunstall, J. – Machin, D. 1999. *The Anglo-American Media Connection*. Oxford: Oxford University Press.
- Wring, D. – Horrocks, I. 2001. „The Transformation of Political Parties.“ Pp. 191–209 in *New Media and Politics*. Ed. Axford, B. – Huggins, R. London: Sage.