



# Nové trendy v politickém marketingu

Miloš Gregor

# Chuck Norris facts: The iconic action hero endorses Netanyahu (again)

In endorsement clip, Norris says: 'It's so important to keep a leader who has the courage and vision to stand up against the evil forces that are threatening not only Israel, but the United States.'

By Gabe Friedman Mar. 16, 2015 | 9:11 PM | 1

g+1

3



Tweet

79



Submit



reddit this!



Recommend

Share

753





Hen Mazzig @HenMazzig · Mar 18

.@chucknorris can chose who will be Israel's prime minister. That's it.  
#IsraeElex #IsraelElection



JeffreyFeldman @JeffreyFeldman · Mar 18

Chuck Norris is now the most powerful man in global politics...  
[mobile.nytimes.com/aponline/2015/...](http://mobile.nytimes.com/aponline/2015/...)

 The New York Times

Despite Tie, Netanyahu Secures Shot at 4th Term as Israel PM

Israel's parliament election ended in a deadlock, according to TV exit polls, but Prime Minister Benjamin Netanyahu seems to hold the



Tony Pizza @trivialtony · Mar 17

Chuck Norris doesn't ENDORSE...he appoints. The Middle East was just the East before he chopped it. [fb.me/1HwDcOp7G](http://fb.me/1HwDcOp7G)

 Daily Mail Online



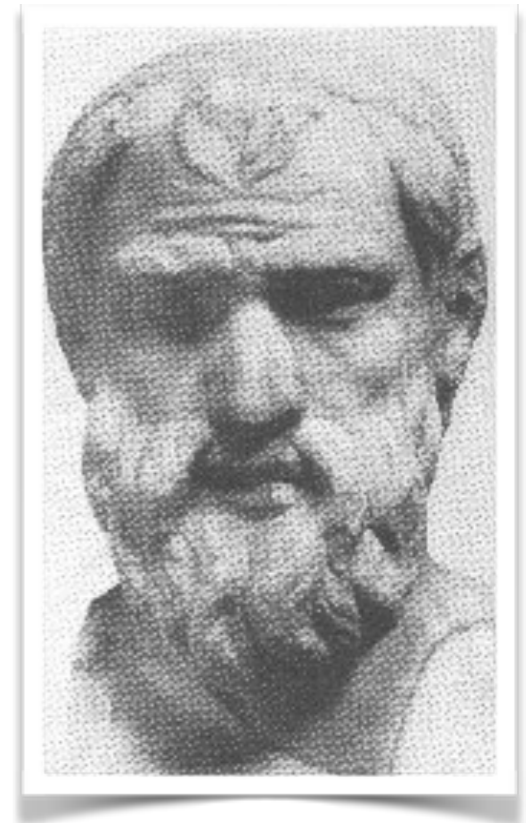






*“Děsící hlas, zkažený dech a hrubé chování - tot’ charakteristiky populárního politika.”*

Aristophanes







*“Mothers all want their sons to grow up to be Presidents, but they don’t want them to become politicians in the process.”*

J. F. Kennedy

HAVE I LEFT  
ANYONE OUT?



**veřejné** - politické instituce a sdílený prostor, založeno na pravidlech, normách a racionálnu

**X**

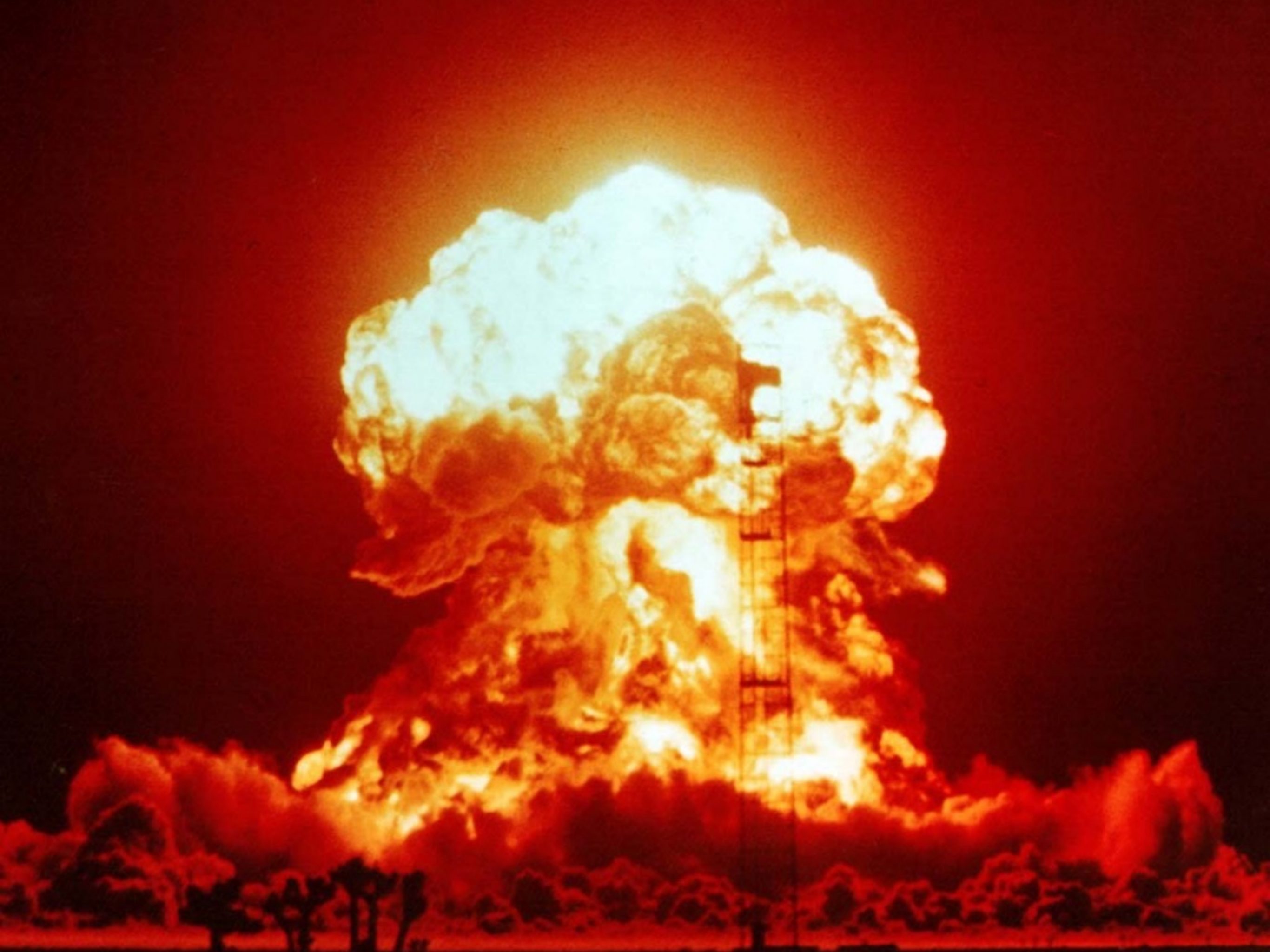
**soukromé** - “skryto za dveřmi” - domov a osobní vztahy, důraz na zkušenost a emoce

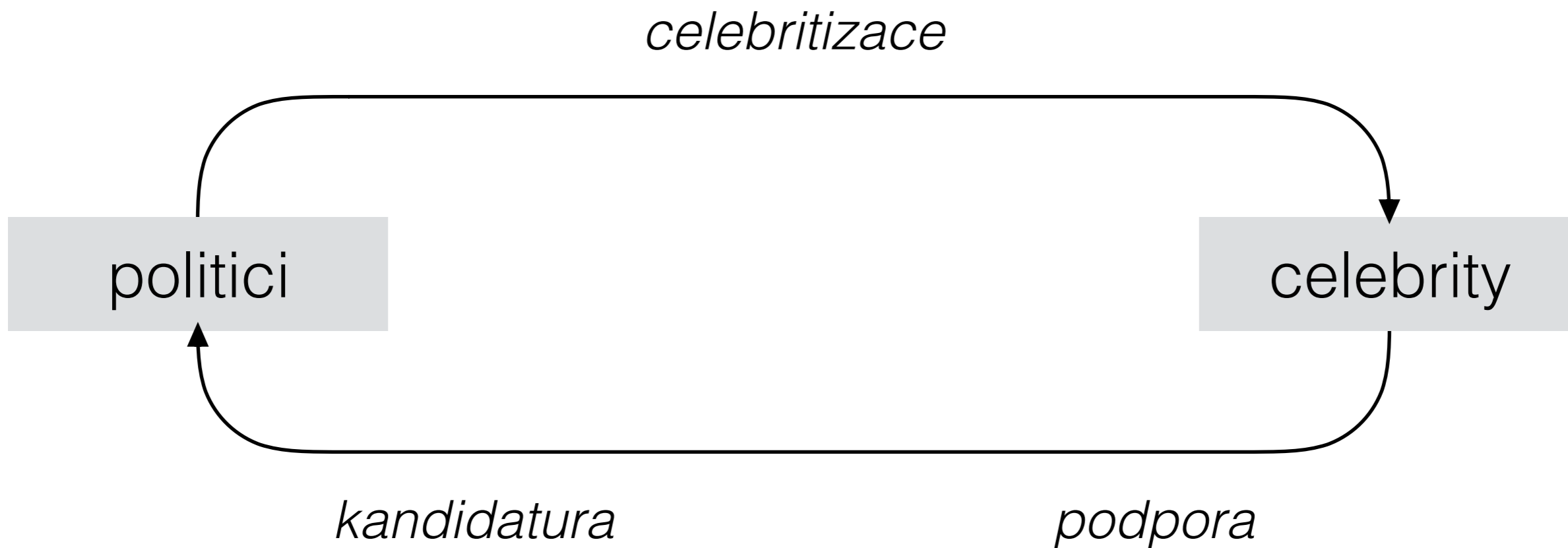
**veřejné** - politické instituce a sdílený prostor, založeno na pravidlech, normách a racionálnu

**X**

**soukromé** - “skryto za dveřmi” - domov a osobní vztahy, důraz na zkušenost a emoce

**celebritizace** - porušuje, překračuje tuto hranici - politika plynule prochází veřejným i soukromým prostorem





# celebritizace politiky

## dvojí pojetí

politici jako celebrity

**x**

celebrity jako politici

John Street 2004

# nejši nic, dokud nejši v Simpsonsonech!

A



Bill Clinton

Fidel Castro

Gerald Ford

R. Chomejní

Tony Blair

G. Washington

B



Vladimir Lenin Ronald Reagan

Bob Dole

Mao Ce-Tung

G.H.W. Bush

N. Sarkozy

C



Richard Nixon

Al Gore

J. F. Kennedy

Adolf Hitler

Abraham Lincoln

M. Gorbačov



# jak se celebritizace projevuje?

1) celebrity vstupují do politiky

2) pseudo-události

3) kontakt politiků s celebritymi





Coleman 2002

[mgregor@fss.muni.cz](mailto:mgregor@fss.muni.cz)

# Abraham Lincoln

kandidát 1860



prezident 1861





# politici jako celebrity

## **politická sláva**

- ▶ hvězdy vznikají za účelem dosažení zisku
- ▶ stylizovány tak, aby splňovaly požadavky občanů
- ▶ celebrity jsou lidem vzdáleny, vzbuzují respekt

## **charisma**

- ▶ lídr by měl mít výjimečné kvality
- ▶ měl by být přirozeně přesvědčivý
- ▶ měl by užívat velké autority
- ▶ měl by inspirovat k oddanosti



# co přináší celebritizace politiky?

- ▶ intimitnost
- ▶ emoce
- ▶ politik odkazuje na svůj původ
- ▶ vystoupení z politického rámce



**-> sociální sítě**

# následky celebritizace politiky

poluparizace politiky

více emocí v politice

iracionalizace politiky



# kritika celebritizace

## **Franklin (1994)**

- úpadek témat a vzestup gest

## **Postman (1987)**

- povrchní zábava vs. seriózní politika  
- voliči upřednostňují sympatie před schopnostmi

**West & Orman (2002)** - trivializace politických otázek

# kritika celebritizace

*“If democracy is nothing but legitimation by the most successful form of communication, the communicative artist is the best democrat, with no effort whatsoever. And if the authentic play of body politics is the most efficacious form of entertaining, communication, then ‘briefcase politics’ with its institutionalized procedures and long-winded arguments might as well bow out now.”*

**Meyer (2002)**

# celebritizace zpravodajství

**Clayman (2002)**

tribuna lidu

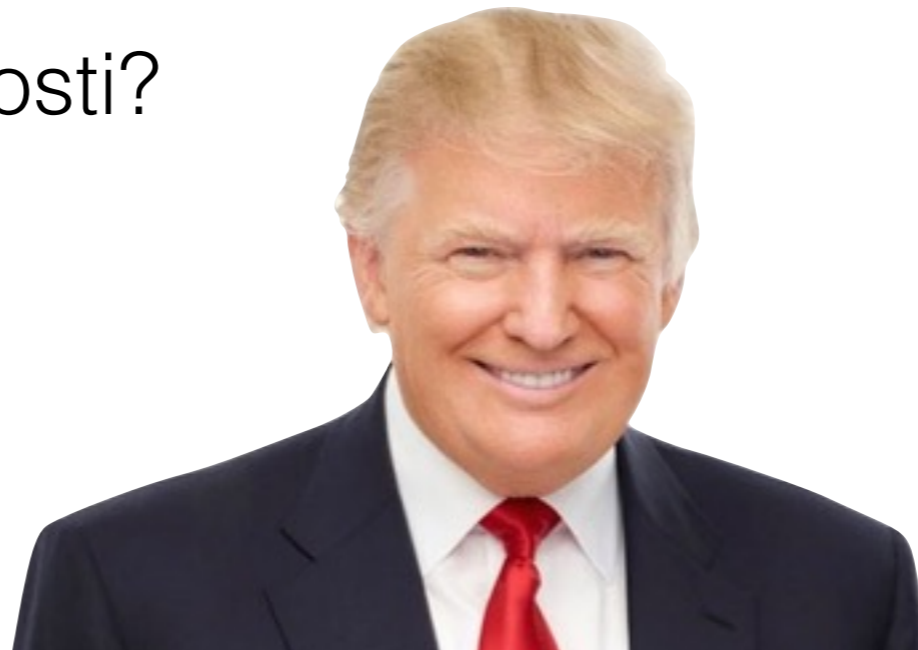
**Higgins (2008)**

veřejní soudci



# hrozba nebo příležitost?

- ▶ záleží na konkrétním nastavení stylu komunikace a vedení kampaní
- ▶ záleží na úhlu pohledu, jakým vnímáme ideál demokracie
- ▶ marketingové projekty zaštitěné známými osobnostmi jsou většinou „potrestány“ (strany na jedno použití)
- ▶ úspěchy protestních marketingových hnutí indikátorem frustrace české společnosti?



# d'ábel je skryt v detailech...

- ▶ kdo je celebrita?
- ▶ obrovské rozdíly ve známosti a vlivu jednotlivých celebrit
- ▶ různé typy a způsoby podpory
- ▶ mnoho úrovní osobního života
- ▶ rozmanité formy



děkuji za pozornost.

[mgregor@fss.muni.cz](mailto:mgregor@fss.muni.cz)

