



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/...

 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

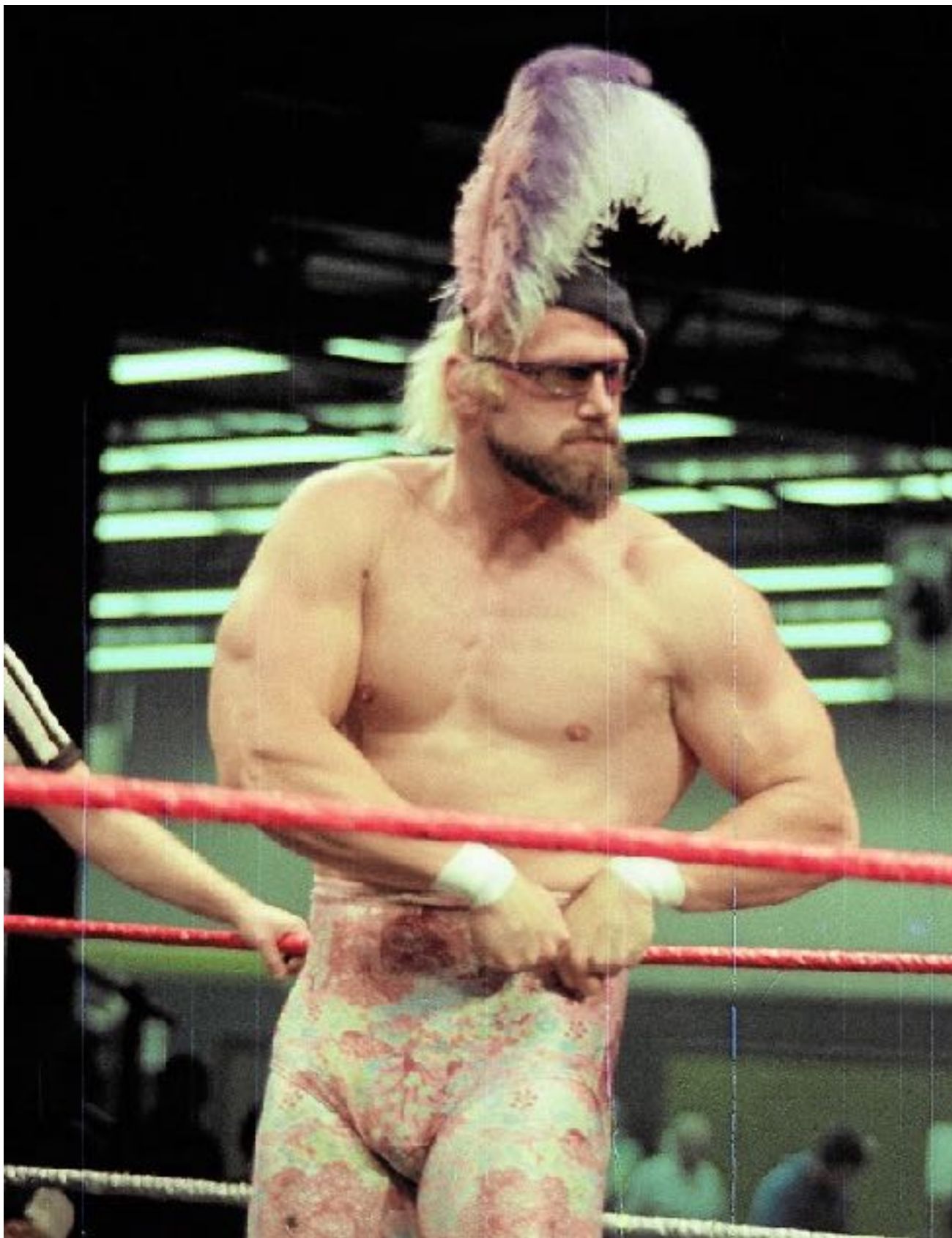


Tony Pizza @trivialtony · Mar 17

Chuck Norris doesn't ENDORSE...he appoints. The Middle East was just the East before he chopped it. fb.me/1HwDcOp7G

 Daily Mail Online



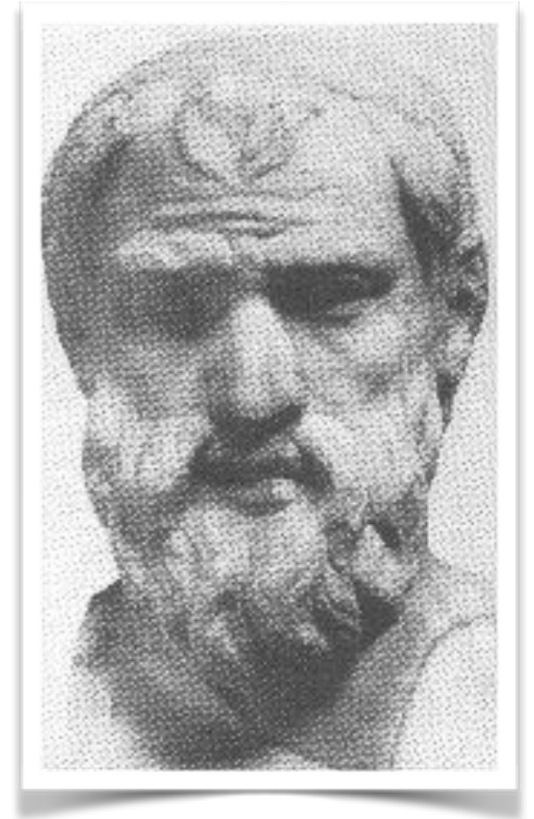






“Děsící hlas, zkažený dech a hrubé chování - tot’ charakteristiky populárního politika.”

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?

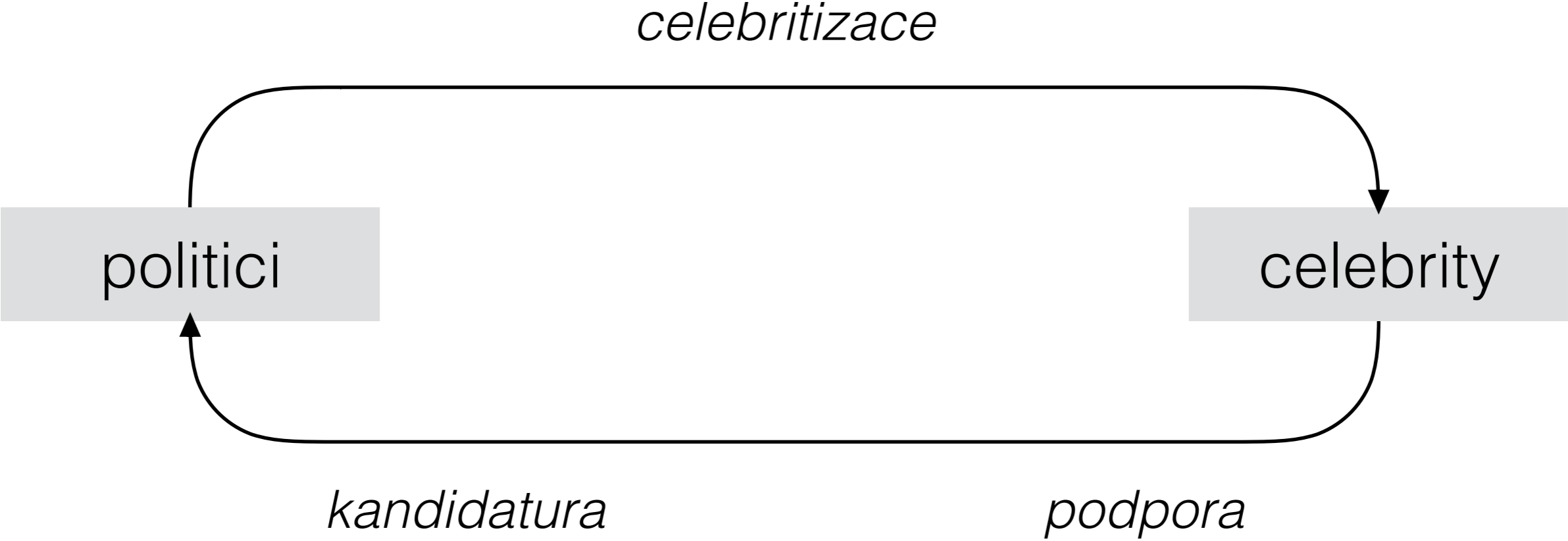


veřejné - politické instituce a sdílený prostor, založeno na pravidlech, normách a racionálnu

X

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

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

jak se celebritizace projevuje?

1) celebrity vstupují do politiky

2) pseudo-události

3) kontakt politiků s celebritymi





Coleman 2002

mgregor@fss.muni.cz

Abraham Lincoln

kandidát 1860



prezident 1861





politici jako celebrity

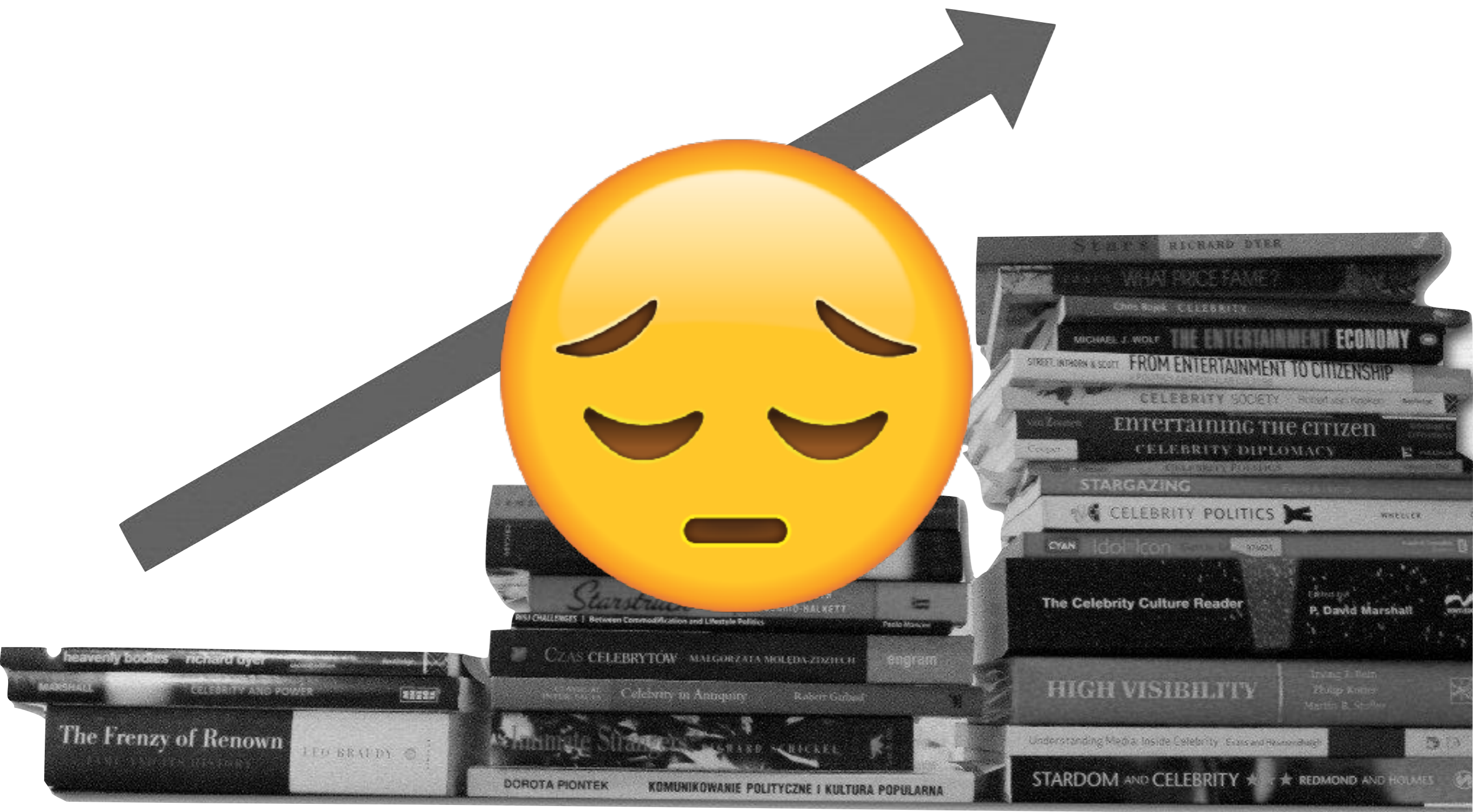
politická sláva

- ▶ 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



profesionalizace

profesionalizace

... jako odpověď politiků na vše

... jako rozvolnění vztahu volič-politik

... jako neustálé přibývání komunikačních kanálů

... jako větší fixace na média

profesionalizace

stále se něco mění

- elektorát
- socio-politický kontext
- technologie
- > rozpočet**

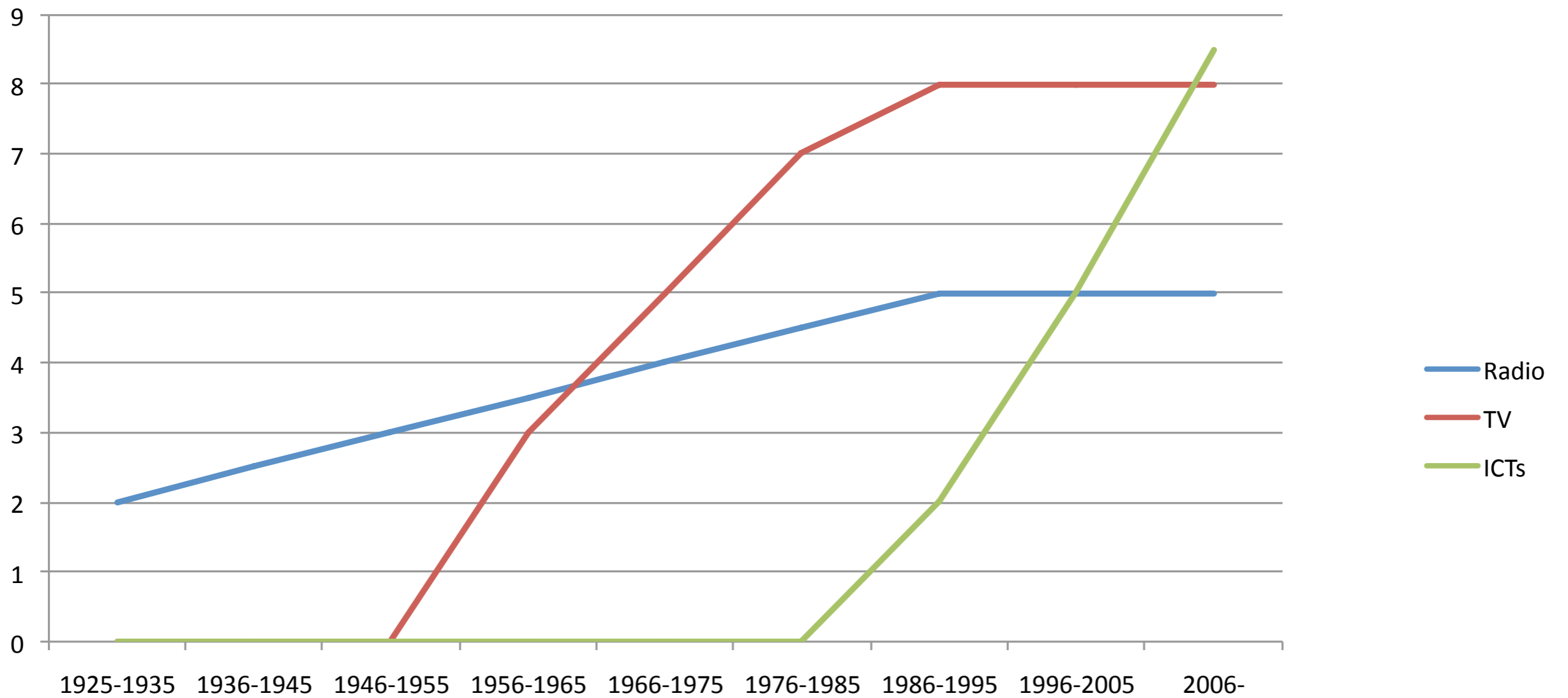
profesionalizace

“... celá organizační struktura politické strany se musí přizpůsobovat moderním podmínkám volebních kampaní, novému typu voličů, o které politické strany dřív neusilovaly. Osobně pochybuji, že už se některá z těch stran, které tu dnes máme, dokázala na nové podmínky adaptovat.”

Stanley Baldwin (1929)



profesionalizace



Negrine 2013

profesionalizace

“Technický pokrok učinil z politické komunikace vysoce technickou, možná dokonce profesionální záležitost.”

Kelley 1956

“Pro úspěšnou kampaň jsou potřeba peníze, organizační základna a reklamní kancelář, která zajistí kvalifikované a kompetentní lidi, kteří to umí s tiskem.”

Hiram Jackson 1910

“Pro vítězství ve volbách jsou potřeba tři věci: prvotřídní PR, reklamní kancelář a finance.”

Mark Abrams 1962

oblasti profesionalizace

- 1) přijímání nových nástrojů a strategií vylepšujících dosavadní metody
- 2) posun celkového stylu kampaně k agresivnímu a útočnému chování
- 3) změna vztahu s voliči směrem k větší interakci
- 4) centralizace moci v rukou jednoho člověka, lídra strany

profesionalizace

“Navzdory očekáváním se ukazuje, že užívání nových médií v kampaních nepřináší zásadní změny v odpovědnosti, formě politické reprezentace, kvalitě demokratické debaty nebo distribuce moci.”

Kreiss 2012

**nová média nepřinášejí kvalitativně
novou formu politiky**

děkuji za pozornost.

mgregor@fss.muni.cz

