

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

Etablování výzkumu politické komunikace

Tereza Horažd'ovská

Plzeň 2018

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Studijní program Politologie

Studijní obor Politologie

Bakalářská práce

**ETABLOVÁNÍ VÝZKUMU POLITICKÉ
KOMUNIKACE**

Tereza Horažďovská

Vedoucí práce:

Mgr. Lenka Strnadová, Ph.D.

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2018

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2018

.....

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucí mé bakalářské práce Mgr. Lence Strnadové, Ph.D. za její odbornou pomoc, cenné rady a čas, který mi při psaní práce věnovala.

Obsah

1	Úvod	6
2	Vymezení pojmu politická komunikace.....	9
2.1	Definice politické komunikace.....	9
2.2	Politická komunikace – vědní obor a praxe	11
2.3	Tři aktéři politické komunikace.....	12
2.3.1	Politické organizace.....	13
2.3.2	Občané	14
2.3.3	Média	14
3	Počátky výzkumu politické komunikace.....	16
3.1	Walter Lippmann.....	16
3.2	Paul F. Lazarsfeld.....	21
3.3	Harold D. Lasswell.....	25
4	Prvotní komunikační teorie očima jiných odborníků.....	31
4.1	Walter Lippmann a teorie veřejného mínění	31
4.2	Lazarsfeldova teorie dvoufázového toku informací.....	33
4.3	Lasswellova formule.....	35
5	Závěr.....	38
	Seznam použité literatury a pramenů.....	41
	Resumé.....	46

1 Úvod

V dnešní době je v rámci veřejných diskurzů pojednávajících o vztahu politických stran a jejich voličů stále častěji rozebírán fenomén politické komunikace, jehož význam v rámci politických kampaní a propagace daných politických subjektů rapidně roste. Kořeny politické komunikace můžeme najít již v antice, její role však začíná nabývat na významu především od 20. let 20. století, kdy dochází celosvětově k rozmachu demokratických principů vládnutí a s tím spojených požadavků na svobodnou výměnu informací o politických tématech. Zároveň tento fenomén začíná díky povaze jednotlivých sdělení, způsobům jejich formulace a formě předávání vnášet do každé společnosti určité hodnoty a normy, čímž určuje také povahu celého politického nastavení a kultury dané země. Zejména proto téma politické komunikace nezůstává dlouho bez povšimnutí odborné sféry, a již v této době se jím začínají zabývat první teoretici, jejichž výzkumy následně velice výrazně ovlivnily pohled veřejnosti na politické komunikování, a staly se též základem pro jeho budoucí zkoumání. Proto považuji za důležité se těmito teoriím věnovat trochu blíže.

Cílem mé práce je představit čtenáři fenomén politické komunikace s primárním zaměřením na počátky jeho výzkumu. Mým hlavním záměrem je především představit a analyzovat myšlenky, na kterých stojí prvotní komunikační teorie, vzájemně je mezi sebou komparovat, a v neposlední řadě též zjistit, proč je daným teoriím přikládána tak velká důležitost a v čem spočívá ona významnost, která je jim v současné době prisuzována.

Politickou komunikaci můžeme v dnešní době chápat jakožto proces, v rámci kterého dochází k vzájemné výměně informací mezi politickou sférou, občany a mediálními institucemi s cílem ovlivnit proces vládnutí v zemi. Definice politické komunikace však existuje nespočetně mnoho, a vzájemně se od sebe v určitých aspektech liší. V první části práce proto tento fenomén představím z několika úhlů pohledu, přičemž zmíním definici od Briana McNaira, Richarda M. Perloffa, Michaela Schudsona, Doris A. Graber či autorské dvojice Roberta E. Dentona a Gary C. Woodwarda. Dále se zaměřím na politickou komunikaci

jakožto na vědní disciplínu, jejímž hlavním bodem zájmu je zejména výzkum volebních kampaní či kvantitativní a kvalitativní výzkumy mediálních sdělení, a taktéž jako na fenomén v praxi, který je využíván již výše zmíněnou politickou sférou, médií a občany za účelem předávání informací politického rázu. Závěr první části práce pak bude věnován těmto třem aktérům politické komunikace se zaměřením na jejich popis, způsoby komunikace a kanály, jimiž tuto komunikaci přenášejí k příjemcům.

Druhá a zároveň stěžejní část práce se poté bude věnovat samotným počátkům výzkumu politické komunikace. Jak již bylo řečeno, politická komunikace začala nabývat na důležitosti zejména od 20. let 20. století, kdy se zároveň také začínají objevovat první teoretici, kteří daný fenomén podrobili svému výzkumu. Teorie vzešlé z těchto výzkumů se následně ukázaly jako velice důležité, neboť způsobily převrat ve vnímání dosud téměř neprobádané sféry, a položily základ také pro další zkoumání tohoto fenoménu. V této části práce se proto pokusím čtenáři představit tři hlavní osobnosti - a sice Harolda D. Lasswella, Waltera Lippmanna a Paula F. Lazarsfelda a jejich prvotní modely a teorie komunikace, které výrazně přispěly k etablování politické komunikace jako samostatné vědní disciplíny, a určily tak podobu i jejího budoucího vývoje. Jak již bylo řečeno, mým hlavním cílem poté bude především tyto komunikační teorie vzájemně komparovat, rozebrat hlavní myšlenky a pojmy, na kterých jsou založeny, a zjistit, v čem spočívá významnost, která je jim v dnešní době přisuzována.

Ačkoliv se výše zmíněné komunikační teorie staly nezpochybnitelným přínosem nejen pro další výzkumy fenoménu politické komunikace, existují dnes také určité názorové proudy, které hovoří o jejich slabých stránkách a nedostacích. V závěrečné části práce se proto pokusím tyto teorie představit z několika úhlů pohledu a nastínit jak jejich klady, tak zápory. Při hodnocení budu primárně vycházet z postojů odborníků na politickou komunikaci, kteří dané teorie kdy zkoumali či stále zkoumají. Jako základ pro evaluaci teorie Waltera Lippmanna mi tak poslouží postoj Jamese W. Careyho či Johna Deweyho. Při hodnocení teorie Harolda D. Lasswella budu vycházet z postoje Richarda Braddocka či

autorské dvojice Bradleyho S. Greenberga a Michaela B. Salwena. Kritickou reflexi teorie Paula F. Lazarsfelda mi poté poskytnou postoje Everetta Rogerse či Verlinga Troidahla.

Z hlediska použitých metod bych svou práci označila jako kompilativní a komparativní analýzu. Jejím hlavním cílem je totiž na základě studovaných pramenů co nejlépe popsat fenomén politické komunikace, zásady a myšlenky, na kterých stojí prvotní výzkumy politické komunikace, a teorie, které se tyto výzkumy snaží hodnotit, nicméně však tyto poznatky také vzájemně komparovat a podrobovat kritické analýze. Účelem mé práce je tedy shrnout dosavadní pojetí dané problematiky, stejně tak však toto pojetí analyzovat, a za pomoci sekundární literatury zkoumat a kriticky hodnotit.

Materiál pro tvorbu práce budu čerpat z několika odborných zdrojů. Pro vymezení pojmu politická komunikace budu primárně pracovat s publikací *Politická komunikace: Od res publica po public relations* od Jana Křečka. Tuto publikaci budu též využívat při popisu jednotlivých aktérů politické komunikace, při kterém značně využiji také knihu *An Introduction to Political Communication* od Briana McNaira. Při představení jednotlivých definic politické komunikace pak budu primárně vycházet z děl teoretiků, kteří dané definice zformulovali. Jedná se o knihu *Political Communication: Politics, Press, and Public in America* od Richarda M. Perloffa či kupříkladu *Political Communication in America* od autorské dvojice Roberta E. Dentona a Garyho C. Woodwarda. Pro co nejpřesnější analýzu mnou zkoumaných komunikačních teorií budu následně využívat poznatků přímo z děl autorů, již dané teorie vytvořili. Jde o publikaci s názvem *Veřejné mínění* od Waltera Lippmanna, článek *The Structure and Function of Communication in Society* a publikaci s názvem *Propaganda Technique in the World War* od Harolda D. Lasswella, a studii *The People's Choice* od Paula F. Lazarsfelda. Při evaluaci těchto teorií se poté budu opírat o různé písemné výstupy jednotlivých odborníků, kteří dané teorie hodnotí.

2 Vymezení pojmu politická komunikace

Jak již bylo zmíněno v úvodu, určité formy politické komunikace bychom mohli nalézt již v období antiky. Schopnost formulovat své myšlenky a ty poté prezentovat a především obhájit před tehdejším Senátem, který jakožto nejvýznamnější mocenská instituce dohlížel na rozhodování o občanských sporech, byla totiž výsadou a takřka nutností již všech tehdy žijících občanů. Pokud chtěl někdo vůči Senátu vznést nějakou připomínku, musel být schopen ji představit tak, aby vůbec mohl v komunikaci s politickou sférou obstát (Matušková 2009: 7–8). V tomto období byla tedy politická komunikace chápána výhradně jako komunikace občanů adresovaná vládním činitelům a naopak. S postupnou demokratizací politických systémů a s tím spojeným vývojem komunikačních prostředků však začalo v průběhu času docházet k proměně vnímání tohoto fenoménu, a v dnešní době se již ukazuje, že politická komunikace je mnohem obsáhlejší a složitější proces, který nutně nemusí zahrnovat pouze vládní a občanskou sféru, ale může být chápán v mnohem širším pojetí. V této části práce se proto pokusím nastínit několik různých definic politické komunikace, představím tento fenomén jako vědní disciplínu a praxi, a v neposlední řadě se též budu krátce věnovat jednotlivým aktérům politické komunikace, aby bylo patrné, jakými možnými způsoby můžeme tento fenomén vnímat.

2.1 Definice politické komunikace

Brian McNair, první z mnou uvedených teoretiků politické komunikace, definuje tento fenomén jako komunikaci realizovanou politiky a dalšími politickými aktéry za účelem dosažení určitých cílů, komunikaci adresovanou těmto politickým aktérům od nepolitické sféry, tj. od voličů či obecně občanů, a v neposlední řadě též jako komunikaci o těchto aktérech, která je realizovaná mediální sférou (Křeček 2013: 10). McNair tak ve své definici zdůrazňuje nejen roli občanů a politické sféry, ale také médií. Zároveň však tvrdí, že tato komunikace nemusí nutně zahrnovat pouze verbální či písemné formy projevu –

klade důraz také na neverbální a vizuální stránku komunikace, jako je řeč těla, oblečení či make-up, zkrátka všechny možné prvky, které utváří identitu daného aktéra, a pomocí kterých se snaží prosadit své záměry (McNair 2003: 4).

Stejně jako McNair, také Richard Perloff chápe politickou komunikaci jako proces, v rámci kterého dochází k výměně informací mezi vládními činiteli, občany a médii, a jehož přirozeným vyústěním je tak tvorba hodnot a povahy veřejných politik dané země (Perloff 1998: 7). Za vládní činitele pak považuje globální, státní či lokální představitele, kteří stojí v čele dané komunity a disponují mocí. Do mediální sféry řadí jak vnitrostátní, tak světová média, která v komunitě fungují jako sdělovací prostředky. Občanskou sférou poté označuje obyvatele dané komunity, kteří se mohou vzájemně lišit svými životními styly a úrovní vzdělání, ale také zájmem o politické dění a přístupem k moci (Perloff 1998: 8).

Doris Graber, další významná teoretička politické komunikace, oproti McNairovi a Perloffovi neklade ve své definici příliš velký důraz na jednotlivé aktéry, ale spíše tento fenomén chápe jakožto proces, který v sobě zahrnuje tvorbu, přenos, příjem a zpracování informací, které mohou mít potenciálně významný přímý či nepřímý dopad na utváření politik v zemi. Odesílateli a příjemci těchto informací pak mohou být jak politici, novináři a občané, ale také členové určitých zájmových skupin. Klíčovým prvkem této komunikace však je, že dané informace mají významný vliv na myšlení, chování a přesvědčení skupin, jimž jsou adresovány (Graber 2005: 479).

Robert E. Denton a Gary C. Woodward se jako jedni z dalších teoretiků politické komunikace ve své definici taktéž příliš nevěnují jejím aktérům, tedy podavatelům a adresátům zpráv, ale zajímá je spíše obsah daných sdělení. Dle jejich názoru můžeme politickou komunikaci vnímat jako veřejnou diskuzi o tom, kdo bude v daném státě disponovat mocí a dostane tak možnost provádět zákonodárná, výkonná a právní opatření; diskuzi o tom, kdo bude rozhodovat o formě a výši oficiálních sankcí, stejně tak jako o tom, jaká bude podoba rozdělení zdrojů a příjmů ve společnosti, či jakým způsobem bude v daném státě chápán

koncept občanství (Denton – Woodward 1998: 11). Tato diskuze má však několik pravidel - musí být vždy účelná a vedená s cílem přesvědčit určitou skupinu o správnosti daného usnesení, a následně vést k nějaké akci (Denton – Woodward 1998: 5).

Michael Schudson, poslední z uvedených teoretiků v této kapitole, klade ve své definici opět důraz na jednotlivé aktéry politické komunikace, přičemž přidává ještě toky, v rámci kterých jsou dané informace přenášeny. Podle toho pak dělí komunikaci na elitní, kterou můžeme chápat jako komunikaci vládnoucích elit mezi sebou, dále potom hegemonní, kdy vládnoucí komunikují směrem k ovládaným, petiční, kdy komunikace přichází od ovládaných, přičemž je směřována vládnoucím skupinám, a v neposlední řadě též komunikaci asociální, která označuje vzájemný přenos informací mezi ovládanými. Stejně jako výše zmínění autoři, také Schudson tvrdí, že každá z těchto komunikací musí být vedena s cílem prosadit záměry dané skupiny a použít nad druhou skupinou moc (Schudson dle Křeček 2013: 17).

S ohledem na všechny výše zmíněné autory a jejich definice tak můžeme politickou komunikaci v obecné rovině považovat za proces přenosu informací mezi vládní sférou, médii a občany, jehož cílem je vzájemně mezi těmito aktéry předávat určitá poselství, a ovlivnit vždy toho aktéra, jemuž jsou dané informace adresovány.

2.2 Politická komunikace – vědní obor a praxe

V předchozí kapitole jsme si nastínili několik základních definic politické komunikace, které, ač se od sebe v určitých aspektech liší, vycházejí všechny z jedné společné podstaty – každá z nich se totiž zaměřuje pouze na projevy politické komunikace v praxi. Tento fenomén však rozhodně není tak jednoznačný, a kromě samotného přenosu informací politického rázu ho též můžeme vnímat jako vědní disciplínu či studijní obor, lépe možná subdisciplínu či podobor (Křeček 2013: 8). Politická komunikace v tomto pojetí totiž vznikla spojením vědních oborů politologie a mediálních studií, a přestože dnes již

disponuje vlastními oblastmi zájmu, má zároveň tendenci se zabývat tématy také svých zakládajících disciplín (Graber 2005: 480). I přesto se však obor již v dnešní době může pyšnit vlastními vědeckými časopisy, konferencemi a v neposlední řadě též existencí v rámci několika univerzit, kde je vyučován jako svébytný studijní obor. Do oblasti jeho zájmu pak nejčastěji spadá studium volebních kampaní, politická participace občanů či některá témata z oboru mezinárodních vztahů. Jako výzkumné metody pak podobor používá zejména výzkumy veřejného mínění či rozbor mediálních sdělení (Křeček 2013: 8).

Ve druhém a zde již několikrát nastíněném dominantním pojetí pak můžeme politickou komunikaci chápat jako reálný přenos informací, který je za pomoci několika aktérů uskutečňován v praxi. Ačkoliv byl tento fenomén původně chápán v mnohem užším slova smyslu, tedy primárně jako komunikace vládní sféry adresovaná občanům a naopak, v dnešní době zahrnuje taktéž mediální sféru a mnoho dalších aktérů, kteří se na daném procesu podílejí. Současné pojetí také již klade důraz nejen na typ podavatele daného sdělení a jeho obsah, ale taktéž na typ příjemce a především vliv přenášené informace (Křeček 2013: 9–10). Ten může z velké míry záviset také na prostředcích, které se při dané komunikaci využívají. V současné době již aktéři nevyužívají pouze tištěné sdělovací prostředky, ale také televizi, internet, emaily, blogy či sociální sítě (Institut politického marketingu nedatovánob). Konkrétní typ komunikačního kanálu pak aktéři volí s jasným záměrem - aby se daná informace dostala co nejbližší skupině, které je adresována, a mohla tak na ni mít co největší vliv.

2.3 Tři aktéři politické komunikace

Jak jsme již mohli vidět v předešlých kapitolách, politická komunikace je v současné době výhradně chápána jako proces přenosu informací mezi politickou sférou, médii a občany s cílem prosadit záměr vždy jedné z daných skupin a získat nad ostatními skupinami vliv. Zejména proto považuji za důležité se jednotlivým aktérům věnovat trochu blíže. V této kapitole se tedy pokusím o jejich definování, vymezení toho, jakým způsobem mezi sebou komunikují, a

jaké prostředky jim napomáhají k tomu, aby jejich sdělení mělo na ostatní aktéry co největší vliv.

2.3.1 Politické organizace

Politické organizace jsou již od počátku vnímání existence politické komunikace jedny z hlavních aktérů tohoto fenoménu, přičemž klíčového zástupce této skupiny pak tradičně představují politické strany. Ty můžeme chápat jako skupiny podobně smýšlejících jednotlivců, kteří působí jako více či méně organizovaná instituce, účastní se voleb, s cílem dosadit své kandidáty do veřejných úřadů, a snaží se tak prosadit si svá stanoviska (Sartori 2005: 74). Ta zároveň musí odrážet hodnoty a ideologii, jež si strana stanoví. Navzdory ideologickým rozdílům, které mezi jednotlivými stranami mohou existovat, však všechny vycházejí ze stejného záměru – přesvědčovat populaci o správnosti jejich požadavků, ovlivňovat její názory ve svůj prospěch a získat tak moc (McNair 2003: 5). Toho se snaží dosáhnout několika různými prostředky – ať už formulací programů, prostřednictvím kterých představují své vize a chtějí v nich občany přesvědčit o jejich správnosti, či přímo pomocí reklamy a PR. V této fázi pak přichází na řadu média, která v celém procesu figurují jako prostředník, jehož úkolem je dané informace zprostředkovat občanům (Křeček 2013: 11).

Do skupiny politických organizací však nepatří pouze politické strany – můžeme sem řadit též odborové organizace, které mohou být na politické strany úzce napojeny, či kupříkladu nevládní organizace a lobbistické skupiny, jejichž cílem není získat moc, avšak pouhým působením na vládní činitele prosadit své záměry (McNair 2003: 7). K tomu však často využívají prostředků stejných jako politické strany. Za pomoci programů, PR a zviditelnění se v médiích se totiž pro svůj záměr také snaží získat podporu veřejnosti. Kromě nich pak můžeme do této skupiny řadit také teroristické organizace, které, ač to nemusí být na první pohled zřejmé, taktéž se svými aktivitami podílí na vytváření politické komunikace. Prostřednictvím násilí na civilním obyvatelstvu se totiž snaží sdělit určité informace vládním činitelům a prosadit tak své cíle (McNair 2003: 9).

2.3.2 Občané

Druhý klíčový prvek v rámci procesu politické komunikace pak představují občané, bez kterých by žádné informace pocházející z politické sféry takřka neměly význam. Cílem politických aktérů je totiž přesvědčit občany o správnosti jejich rozhodnutí, a pokud by neexistovala občanská sféra, nebyl by zde nikdo, kdo by politikům vyjadřoval podporu a pomáhal jim tak se získáním a udržením moci. Příjemci zpráv z politické sféry mohou být jak široké, tak úzké skupiny občanů, v závislosti na typu a formě daného sdělení (McNair 2003: 10). V rámci procesu politické komunikace však občané nefigurují pouze jako pasivní příjemci informací, ale taktéž jako jejich podavatelé, kteří prostřednictvím průzkumů veřejného mínění, blogů a obecně formou veškerého občanského žurnalismu mohou vyjadřovat své názory na politické dění, působit tak na politické představitele a ovlivňovat proces vládnutí v zemi. V tomto procesu hrají opět důležitou roli média, která danou komunikaci zprostředkovávají a vysílají tyto informace směrem k vládní sféře (Křeček 2013: 11).

2.3.3 Média

Třetím a v našem pojetí zároveň také posledním aktérem politické komunikace jsou média – sdělovací prostředky, které v současné době zahrnují jak tisk či televizní a radiové vysílání, tak internet a určité formy online komunikace. Média mohou být jak lokální, tj. působící pouze v určité oblasti či státu, tak globální, jež mají celosvětový dosah (Perloff 1998: 8). Do této skupiny patří také blogy či sociální sítě jako Facebook, Twitter nebo Instagram, které se v současné době stávají stále oblíbenějšími platformami pro vyjádření politických postojů jak vládních činitelů, tak občanů (McNair 2003: 10–11). Jak je patrné již z předchozích kapitol, v demokratických společnostech plní média dvě základní funkce – v podobě politických programů či reklam přijímají od politických organizací informace, které prostřednictvím reportáží a komentářů předávají občanům; stejně tak přijímají také informace od občanů v podobě blogů či výsledků z výzkumů veřejného mínění, které tou samou formou (reportáže,

zprávy) předávají politické sfěře (Křeček 2013: 11). Jejich hlavním úkolem je tak mezi těmito aktéry vzájemně předávat poselství, která mají mít dopad vždy na tu skupinu, jíž jsou adresována. Zejména proto jsou média považována za velice důležitý a takřka nepostradatelný prvek politické komunikace.

3 Počátky výzkumu politické komunikace

V předešlé části práce jsme si nastínili, jaké formy, projevy a aktéry může politická komunikace mít a jakými způsoby můžeme tento fenomén v dnešní době chápat. Všechny výše zmíněné definice jsou tedy předkládány výhradně v současném pojetí, domnívám se však, že aby vůbec bylo možné vnímat fenomén politické komunikace komplexně, je nezbytně nutné vrátit se k úplným počátkům jeho výzkumu. Již v průběhu 20. let 20. století se totiž politickou komunikací začínají zabývat první odborníci, jejichž teorie se v průběhu několika následujících let staly natolik významnými, že i dnešní teoretici z nich stále vycházejí. Nejen, že výrazně přispěly k ukotvení politické komunikace jako samostatné vědní disciplíny, ale také svými novými a do té doby neznámými přístupy a pojmy způsobily výrazný převrat v tom, jak daný fenomén můžeme vůbec vnímat. V této části práce se proto pokusím představit teorie těch autorů, kteří jsou v současné době považováni za jedny z nejvýznamnějších prvotních teoretiků politické komunikace – a sice Waltera Lippmanna, Paula F. Lazarsfelda a Harolda D. Lippmanna. Mým hlavním cílem pak bude především seznámit čtenáře s hlavními myšlenkami a důležitými pojmy, které autoři ve svých teoriích používají, vzájemně je mezi sebou srovnat, a také zjistit, v čem spočívá ona významnost, která je těmto teoriím v současnosti prisuzována.

3.1 Walter Lippmann

První z mnou zkoumaných teoretiků je Walter Lippmann. Tento americký novinář, politický komentátor, teoretik demokracie a liberalismu je považován za jednoho z nejvýznamnějších představitelů výzkumu politické komunikace své doby. Studoval na Harvardské univerzitě a již v této době také pracoval jako redaktor v rámci několika mediálních listů (Šimůnek nedatováno). Po ukončení studia se poté podílel na založení deníku New Republic a stal se taktéž jeho editorem. V průběhu 20. let 20. století pak začal pracovat jako editor magazínu World a v roce 1931 přijal místo novináře v deníku New York Herald Tribune. Za svou novinářskou a komentátorskou činnost získal na přelomu 50. a 60. let

dvě Pulitzerovy ceny a dostal se tak do povědomí široké veřejnosti po celém světě (Britannica nedatovánob).

V průběhu svého života se Lippmann kromě žurnalistické činnosti věnoval také výzkumu komunikace, demokracie a veřejného mínění. Až do 20. let 20. století věřil ve funkčnost demokracie a propagoval myšlenku, že moderní masová společnost se zdá být plně racionální, a proto je schopna činit rozhodnutí založená na demokratických principech a tímto způsobem také řídit stát. V roce 1922 však Lippmann vydává knihu s názvem Veřejné mínění, ve které všechny výše zmíněné myšlenky podrobuje kritice (Šimůnek nedatováno). Přichází s názorem, že současná společnost již není schopna jednat samostatně a racionálně, a tímto názorem se vymezuje také již proti liberalismu, jehož byl až do této doby zarytým příznivcem (Lippmann 1931: 169). Dle něj totiž začíná být pro moderní masovou společnost charakteristické selhávání funkčnosti veřejného mínění (Šimůnek nedatováno).

Jako hlavní příčinu neschopnosti společnosti racionálně jednat vidí to, že lidé často nemohou být svědky určitých událostí, a proto musí vycházet pouze z informací, které jsou jim nějakým způsobem zprostředkované. Tento způsob získávání poznatků je naprosto přirozený, dle Lippmanna je však zásadní problém v tom, že tyto informace často mohou být zkreslené, lidé je však mnohdy mylně považují za reálný obraz světa, a dle toho tak na ně také reagují. Společnost proto není schopna jednat racionálně, jelikož je ve většině případů nucena vycházet pouze z těchto zprostředkovaných reprezentací událostí, a nikdy tak nemůže v dané situaci reagovat adekvátně. Toto „pseudo-prostředí“, kterým Lippmann nazývá ony zkreslené vize světa, tak stojí mezi člověkem a reálným obrazem skutečnosti, a dokud z něj bude společnost vycházet, její rozhodnutí nikdy nebudou zcela racionální a odpovídající dané situaci (Lippmann 1998: 13–17). Při vytváření pohledu na určitou věc dle autora nejprve každý člověk přijme danou informaci, interpretuje si ji po svém, a v konečné fázi ji umístí mezi obrazy ve své hlavě, které korespondují s informacemi vycházejícími z „pseudo-prostředí“, a dle toho pak na danou situaci reaguje (Geer 2004: 424). Jako

součástí „pseudo-prostředí“ pak Lippmann označuje také veřejné mínění, které vidí jako souhrn názorů a hodnocení společnosti, které vychází z mentálních obrazů a map v hlavách lidí, jež pochází právě ze zkreslených a zprostředkovaných reprezentací světa (Lippmann 1998: 29).

V další části knihy se poté Lippmann zabývá tím, jaké faktory brání tomu, aby měla společnost přístup k reálným a nijak nezkrsleným informacím a co je vlastně zodpovědné za vznik onoho „pseudo-prostředí“ a vytvoření mentálních obrazů a map v hlavách lidí. Dle jeho názoru je to kupříkladu nedostatek času, který by lidé mohli trávit ověřováním informací, které přijímají, dále potom zhušťování zpráv do krátkých článků a nadpisů, které mohou být často zavádějící a neřeknou nám o dané události vše, stejně tak čím dál tím větší omezování reálné mezilidské komunikace, cenzura, či kupříkladu jazyková bariéra, která mnohdy způsobí vytvoření a pochopení nepřesných informací o dané události (Šimůnek nedatováno). Za jednu z největších bariér, která lidem brání v přístupu k pravdivým informacím, však Lippmann označuje tzv. stereotypy (Lippmann 1998: 79). Stereotypy jsou dle autora určité obrazy a zakořeněné názory v hlavách lidí, podle kterých mají neustálou tendenci hodnotit a přijímat také všechny nově přichozí informace. Jsou to určité zjednodušené zkušenosti a mapy v myslích lidí, které používají pokaždé, když se setkávají s nějakou pro ně dosud neznámou událostí (Šubrt 1998: 31). Dle Lippmanna si tak lidé na danou věc či událost nejprve vytvoří názor, a s tímto pak k dané věci přistupují, aniž by je zajímala její skutečná podoba či stav (Lippmann 1998: 81). Tento způsob získávání a hodnocení nových poznatků však autor nepovažuje za zcela špatný a naopak tvrdí, že v dnešní době je takřka nezbytný k tomu, abychom efektivně ušetřili náš čas a zcela nás nezahltilo množství informací, které se na nás valí ze všech stran. Problém je však v tom, že lidé těmto stereotypům přikládají až příliš velkou důležitost, neumí se nad nimi racionálně a kriticky zamyslet a využívají je takřka nepřetržitě (Lippmann 1998: 90–91).

Jako hlavní příčinu předávání a udržování stereotypů, zkreslených obrazů reality v hlavách lidí a vytváření „pseudo-prostředí“ vidí Lippmann především existenci

médií (Lippmann 1998: 338). Dle jeho názoru se totiž média nesnaží předávat lidem pravdivé informace, pouze chtějí upozornit na určitou událost, což rozhodně není jedno a totéž. Hlavním záměrem zprávy je totiž seznámit veřejnost s danou informací, nicméně hlavním záměrem pravdy je přinést společnosti skutečný obraz reality, v čemž dle Lippmanna média výrazně selhávají. Zkreslené informace pak také vznikají z toho důvodu, že každý žurnalista již přirozeně vnáší do dané zprávy své vlastní názory, postoje a hodnocení, a i kdyby chtěl sebevíc, informace, které poté v podobě sdělení předává veřejnosti, již nemohou být zcela objektivní. Stejně tak veřejnost takřka nemá možnost zjistit, zda to, co média napsala, je skutečným odrazem reality, či nikoliv (Lippmann 1998: 358–361). Zejména proto jsou média příčinou neustálého vytváření a přenášení dezinformací a stereotypů ve společnosti, která v podstatě nemá šanci odhalit realitu v nezkreslené podobě, a při vytváření onoho veřejného mínění je nucena vycházet pouze z informací, které jí média poskytnou. V takovém světě, kde média nefungují jako objektivní zdroj informací, však nikdy nemohou fungovat demokratické principy řízení států, jelikož pokud budou lidé dělat rozhodnutí na základě neověřených a mnohdy zkreslených informací, o demokratickém vládnutí tu nemůže být řeč (Šimůnek nedatováno).

V další části knihy se poté Lippmann snaží nastínit podobu ideálního vztahu mezi veřejností a médii a dává zde několik návodů, jak by spolu měli tito dva aktéři komunikovat a co mají dělat, aby již nedocházelo k přenášení zkreslených informací a tím pádem také k ohrožování demokracie. Tvrdí, že média by měla prostřednictvím jednotlivých zpráv přestat upozorňovat na danou událost, a spíše se zaměřit na to, aby skutečně zobrazovala reálný stav věcí. Stejně tak by si žurnalisté měli uvědomit své subjektivní postoje k jednotlivým událostem, a ač je to velice těžké a stoprocentně takřka nesplnitelné, při psaní zpráv by se měli od těchto postojů co nejvíce oprostit a snažit se být objektivnější. Také veřejnost by se měla snažit pochopit, že ne všechny informace, které pochází z médií, jsou nezkreslené a skutečně pravdivé, a proto by alespoň měla vycházet vždy z více zdrojů a neměla by jednotlivým zprávám bezmezně věřit (Šimůnek nedatováno).

Jedině tak bude možné dosáhnout víceméně racionálního, nezkresleného a objektivního veřejného mínění.

I přesto se však Lippmann příliš neztotožňuje s názorem, že občané jednají natolik samostatně a racionálně, že by byli schopni rozhodovat o věcech veřejných, a k demokratickým principům řízení státu se proto staví spíše nedůvěřivě. Zároveň však tvrdí, že výše zmíněné by bylo možné, pokud by v každé společnosti byli lidé, kteří by fungovali jako „strážci demokracie“ – a to tak, že by poskytovali společnosti pravdivé a ničím nezkreslené informace o událostech, u kterých veřejnost z různých důvodů reálně nemohla být (Šimůnek nedatováno). Tito lidé by však neměli být žurnalisté, ale odborníci a vědci technických a politických oborů (Splichal 1999: 151). Dle Lippmanna se pro tuto funkci jeví jako nejspolehlivější, jelikož odborníci a lidé z oblasti vědy mají velké množství znalostí, jsou obklopeni pravdivými, nezkreslenými a relevantními zdroji, a na rozdíl od žurnalistů se při přenosu informací společnosti dokážou oprostit od subjektivních postojů a hodnocení a předají tak veřejnosti jejich nezkreslenou formu (Jung 2002: 9). Pokud by fungoval tento systém, pak by bylo možné v každém státě zajistit funkční a objektivní demokratické principy vládnutí. V opačném případě však budou lidé stále čerpat informace z kreslené médií, nikdy nepoznají reálný stav dané události, a celé veřejné mínění společnosti pak bude ovlivněno dezinformacemi a bude tak mít propagandistické tendence (Geer 2004: 424).

Lippmannova teorie o vytváření, projevech a funkcích veřejného mínění je nesmírně zajímavá a mnoho postřehů bychom zcela určitě mohli aplikovat i na dnešní moderní masovou společnost, kdy hlavní roli sdělovacích prostředků již přebírají především elektronická média. Jeho tvrzení o stereotypch a předsudcích lidí ve společnosti, vytváření názorů na základě zprostředkovaných informací, a jejich přenášení a udržování médií, je jistě velice aktuálním tématem i dnes. Myslím si, že zejména díky množství do té doby dosud ne příliš známých přístupů, pojmů a myšlenek, stejně tak díky své aktuálnosti, jež tato teorie

bezesporu stále má, jí můžeme považovat za jednu z nejvlivnějších komunikačních teorií své doby.

3.2 Paul F. Lazarsfeld

Další z mnou zkoumaných teoretiků je Paul Felix Lazarsfeld. Tento rakousko-americký sociolog je v současné době světu známý především díky častému a pro něj již typickému využívání kvantitativních metod výzkumu v sociálních vědách, velice přínosné, a zcela jistě taktéž i v dnešní době stále aktuální, jsou však také jeho poznatky o dopadu a vlivu masmédií na volební chování voličů v USA, díky kterým ho též můžeme považovat za jednoho z nejvlivnějších zakladatelů výzkumu politické komunikace (Institut politického marketingu nedatováno).

Během svého života se Lazarsfeld zabýval také studiem a psaním prací z oblasti psychologie, dějin sociologických výzkumů, sociologie matematiky, a v neposlední řadě též výzkumem v oblasti veřejného mínění (Vacková nedatováno). Na počátku svých studií se nejprve věnoval oboru aplikované matematiky, ze kterého v polovině 20. let 20. století také úspěšně složil doktorskou zkoušku. Krátce poté se však rozhodl částečně změnit oblast svého zájmu, a v průběhu 30. let se již začal hojně zajímat také o empirické sociální výzkumy a využívání již výše zmíněných kvantitativních výzkumných metod. V tomto období také začal působit a přednášet na univerzitách Columbia a Princeton v USA, kde v průběhu několika následujících let založil i několik ústavů pro aplikovaný sociální výzkum (Institut politického marketingu nedatováno).

Jak již bylo řečeno, velkým přínosem pro výzkumy politické komunikace byly jeho práce o výzkumech veřejného mínění. V současné době je známý a ostatními komunikačními teoretiky oceňovaný především za to, že jako jeden z prvních sociologů své doby nevyužíval tuto metodu pouze k zjišťování preferencí společnosti a zmapování rozložení určitých názorů a postojů v populaci, jako tomu při použití této metody bývá obvykle, avšak jejím prostřednictvím se snažil také zkoumat a popsat vliv médií na společnost.

Z oblasti tohoto výzkumu je v současné době nejznámější jeho studie sepsaná v roce 1944 s názvem *The People's Choice*, ve které byla poprvé zmíněna a rozpracována teorie dvoufázového toku informací a vliv takzvaných názorových vůdců, kteří mají dle Lazarsfelda velký dopad na ovlivňování veřejného mínění ve společnosti (Institut politického marketingu nedatováno). Proto považují za důležité se této teorii věnovat trochu blíže.

Studie *The People's Choice*, kterou Paul Lazarsfeld sepsal společně se svými kolegy Bernardem Berelsonem a Hazel Gaudet, je považována za jednu z přelomových výzkumných prací své doby. Tento projekt totiž jako jeden z prvních přišel s až do té doby neznámými poznatky ohledně vlivu médií na člověka, který, jak se v průběhu vytváření studie ukázalo, není dle autorů tím, co by mělo zásadní dopad na rozhodování společnosti a tvorbu veřejného mínění. Co jím tedy údajně je, si rozebereme v další části práce, nejprve se však vraťme k samotnému popisu povahy a cílů projektu.

The People's Choice je projekt, který shrnuje poznatky z výzkumu provedeného v souvislosti s americkými prezidentskými volbami z roku 1940. Samotný výzkum probíhal v tomto roce od května do listopadu v oblasti Erie County v americkém Ohiu, přičemž jeho hlavním záměrem bylo zmapovat a následně rozebrat dopad předvolební kampaně jednotlivých prezidentských kandidátů na voliče (Berelson – Gaudet – Lazarsfeld 1948: 10). Po dobu zhruba půl roku se výzkumníci, vždy jednou za měsíc, dotazovali vzorku 600 účastníků dotazníkového průzkumu na jejich volební preference, a svůj výzkum pak zaměřili především na tu část dotazované populace, která v průběhu daného období změnila své volební preference, a postupem času se přiklonila k volbě jiného kandidáta, než jakého uvedla na začátku průzkumu. Hlavním cílem výzkumníků pak bylo především zjistit, jaký důvod k tomu tito lidé měli, a co na ně při změně preferencí mělo ten největší vliv (Berelson – Gaudet – Lazarsfeld 1948: 10–11).

První z předpokladů výzkumníků byl takový, že lidé, kteří v průběhu sledovaného období změnili své volební preference, byli ovlivněni především

informacemi prezentovanými médii. Tato domněnka se však nakonec ukázala jako mylná a výzkum přinesl několik velice zajímavých a do té doby takřka neznámých poznatků. Při snaze zjistit, co má na rozhodování populace takový vliv, že dokáže změnit její volební preference, se autoři projektu z dotazování účastníků výzkumu nakonec dozvěděli, že touto hybnou silou nejsou ani média, nýbrž názory ostatních lidí. V důsledku zjištění těchto poznatků pak Lazarsfeld spolu s ostatními kolegy vytvořil pojem „názoroví vůdci“ (Katz – Lazarsfeld 1955: 31–32). Tyto osoby mají dle autorů na rozhodování a utváření názorů ve společnosti mnohem větší vliv, než samotné sdělovací prostředky. Dokážou člověku poradit, jelikož jsou aktivnější a informovanější, než běžná populace, a ta se na ně proto také často obrací s žádostí o radu. Nicméně vždy pocházejí ze stejných podmínek a musí sdílet podobné hodnoty jako sama populace, aby si mohli získat její důvěru. Názoroví vůdci se také velmi zajímají o dění ve společnosti a čerpají informace a poznatky z médií, které potom dále vlastní neformální cestou předávají těm členům společnosti, kteří nejsou příliš aktivní – tento způsob předávání informací nazývá Lazarsfeld teorií dvoufázového toku informací (Jeřábek 2003: 689). Takto jsou poté názoroví vůdci schopni razantně měnit postoje té části společnosti, která se na ně zrovna obrací.

Kromě přelomové a do té doby dosud nevídané informaci o existenci názorových vůdců přinesla studie *The People's Choice* řadu dalších nových a velice zajímavých poznatků, které nelze všechny v této práci dopodrobna rozebírat, považují však za důležité zmínit alespoň poznatek týkající se samotného hlasování občanů ve volbách. Lazarsfeld spolu s ostatními výzkumníky totiž zjistil, že v zájmu zachování dobrých rodinných vztahů a vazeb lidé většinou hlasují tak, jako členové jejich rodiny a lidé, s nimiž vzájemně sdílí určité hodnoty (Berelson – Gaudet – Lazarsfeld 1948: 20). Každý člověk má totiž již ze své přirozenosti tendenci nevyvolávat si mezi svými nejbližšími zbytečné konflikty, a proto ho často ani nenapadne, že by ve volbách mohl hlasovat jinak, než oni. Jsou to přirozené a vrozené sklony, které člověku dávají pocit sounáležitosti se skupinou, s níž se identifikuje. Dle Lazarsfelda jsou také

z tohoto důvodu lidé schopni vzdorovat vlivu médií, a při rozhodování, jakého kandidáta zvolí ve volbách, se raději vždy přikloní k postoji jejich nejbližšího názorového vůdce (Berelson – Gaudet – Lazarsfeld 1948: 20–21).

Lazarsfeldova teorie o existenci názorových vůdců a jejich vlivu na společnost byla ve své době velice vlivná, jelikož přinesla zcela nový přístup ke zkoumání role vztahů mezi lidmi a jejich vzájemné komunikace. Skutečnost, že média na rozhodování občanů o zásadních otázkách již nemají takový vliv, vyvolala ve své době mnoho pozitivních i negativních ohlasů, a řada autorů se na Lazarsfeldovu teorii názorových vůdců odkazuje ještě dnes. Sám autor však netvrdí, že by média neměla na názory a postoje lidí vůbec žádný vliv. Dokáží na ně intenzivně působit, avšak v konečné fázi rozhodování se člověk vždy spíše spolehne na radu lidí, jež jsou mu blízcí (Geer 2004: 4).

Pokud bychom měli srovnat komunikační přístupy obou výše zmíněných teoretiků, tedy Waltera Lippmanna a Paula F. Lazarsfelda, našli bychom zde několik shodných, i odlišných prvků. Oba autoři se ve svých komunikačních teoriích věnují procesu tvorby veřejného mínění, názorů a postojů lidí ve společnosti, a faktorům, které samotnou podobu veřejného mínění ovlivňují. Právě v těchto faktorech se ale oba teoretici názorově rozcházejí – zatímco Walter Lippmann tvrdí, že na podobu veřejného mínění mají největší vliv média, jež se podílejí na vytváření a udržování stereotypů v myslích lidí a fungují jako hlavní zdroj informací společnosti, Paul F. Lazarsfeld je toho názoru, že při procesu tvorby veřejného mínění hraje největší roli interpersonální komunikace, a teorie o markantním vlivu médií na utváření názorů lidí je tak již překonána. Přestože se tedy autoři v několika zásadních otázkách rozcházejí, oba můžeme zcela jistě považovat za jedny z nejvlivnějších komunikačních teoretiků své doby.

3.3 Harold D. Lasswell

Dalším, a v mé práci zároveň také posledním významným teoretikem politické komunikace, je Harold Dwight Lasswell. Tento americký vědec se do povědomí široké veřejnosti dostal především díky svým přelomovým poznatkům z oblastí studia mocenských vztahů, politiky a politické vědy, důležitou oblast jeho zájmu také tvořilo studium politické psychologie, propagandy, a komunikace ve společnosti. Je také autorem více než 30 knih a 250 odborných článků vycházejících ze studia oboru mezinárodních vztahů, psychoanalýzy a právní vědy (Britannica nedatováno). V současné době je považován za jednoho z nejvýznamnějších teoretiků, kteří přišli s převratnými poznatky z oblasti studia komunikace ve společnosti, a položili tak obecný základ pro samotné etablování oboru komunikačních studií.

V průběhu 20. let 20. století Lasswell studoval filozofii a ekonomii na univerzitě v Chicagu, přičemž absolvoval také několik studijních pobytů na univerzitách v Ženevě, Paříži a Londýně (Britannica nedatováno). Po studiích začal sám také na Chicagské, a kromě toho také Kolumbijské a Yalské univerzitě (Plášek nedatováno), vyučovat právo a politické a společenské vědy. Zároveň působil také jako hostující lektor v rámci několika univerzit po celém světě, a též jako konzultant několika amerických vládních agentur (Britannica nedatováno).

Lasswell je v dnešní době světu známý především jako jeden z prvotních velice přínosných teoretiků masové komunikace. Tyto teorie obecně kladly velký důraz na roli médií ve společnosti, přičemž předpokládaly, že sdělovací prostředky mají na utváření a ovlivňování názorů a postojů veřejnosti mnohem větší dopad, než samotná interpersonální komunikace (Plášek nedatováno). Jak již bylo řečeno, zásadní jsou i jeho poznatky z oblasti studia komunikace, mocenských vztahů ve společnosti, a v neposlední řadě též studia propagandy. Ty se také objevují v jeho významné knize s názvem *Propaganda Technique in the World War* z roku 1927, která poskytuje podrobnou analýzu podob a forem propagandy za první světové války. Lasswellovi se však podařilo z těchto poznatků vytvořit také obecnou charakteristiku propagandy ve společnosti, která je velice

nadčasová, a aplikovatelná téměř v jakékoliv době (Kuběnová nedatováno). Proto považují za důležité ji čtenáři představit trochu blíže.

Celá kniha se v podstatě věnuje rozboru významu, projevů a technik propagandy, které používali aktéři první světové války. V první části práce Lasswell nejprve zmiňuje okolnosti, za kterých je propaganda schopna uspět v dané společnosti. Dle něj je pro ukotvení a přijetí propagandistických myšlenek danou populací velice důležité, aby ona populace nedisponovala příliš velkou kázní a morálkou. Za morální pak považuje takovou společnost, jež se vyznačuje zdravým stupněm sebevědomí, je nekonfliktní, a vůči vlastní vládě téměř nekritická. Dle Lasswella totiž státy s takovou společností propagandě přicházející z vnějšku mnohem lépe odolávají (Lasswell 1938: 8). Ke vzniku morálních společností však vlády jednotlivých států propagandu také používají. Aby bylo totiž vůbec možné vytvořit společnost, která nebude odporovat nařízením vydaným její vládou, je taktéž zapotřebí použít určitých propagandistických prvků, které mají zapříčinit oblíbenost vlády u občanů. Dle Lasswella se tedy propagandě nelze vyhnout ani v jednom z výše zmíněných příkladů (Lasswell 1938: 9–12).

V další části práce se potom Lasswell věnuje podobě propagandy v samotné válce. Dle jeho názoru je pro aktéra šířícího propagandistické myšlenky velice důležité přenést vinu za rozpoutání války na nepřátelský národ, a tento názor pak šířit mezi vlastní populací, která druhého aktéra začne postupem času taktéž vnímat jako hlavního viníka, a v tomto duchu proti němu začne také bojovat (Lasswell 1938: 47–50). Takový přístup totiž u dané společnosti vyvolá jakési etnocentrické myšlenky, a ta poté začne boj vedený z její strany vnímat a také prezentovat jen jako pouhou ochranu svého národa (Kuběnová nedatováno). Dle Lasswella je pro propagandistu takové „opatření“ nezbytným prvním krokem k úspěchu daného národa ve válce.

Kromě přenesení viny za rozpoutání války na nepřítele je podle autora pro propagandistu také velice důležité, aby jeho národ vnímal protivníka jako krutého a nemilosrdného zločince, který se neštítí v boji využít i těch nejdrsnějších praktik (Lasswell 1938: 77–81). K dosažení takového obrazu

propagandistovi napomáhají různé, často pravdě velice vzdálené, příběhy o dopouštění se násilí na občanech jeho státu nepřítelem, týrání žen, dětí, sexuálním obtěžování, či mrzačení jeho vojáků (Lasswell 1938: 82). Taková obvinění totiž u dané populace vzbudí ještě větší odpor a nenávisť k onomu nepříteli, a s tím spojenou kýženou potřebu proti němu v boji zasáhnout.

Další velice zajímavé poznatky se objevují v části pojednávající o prostředcích, které propaganda využívá a podmínkách, za kterých může být využívána, případně kterým je nucena se přizpůsobit. Dle Lasswella je úspěšná propaganda taková, která využije všech dostupných prostředků k jejímu šíření a zároveň taková, kterou je možno uzpůsobit stávajícím podmínkám (Kuběnová nedatováno). Prostředkem k šíření propagandy pak může být ústní, písemné, hudební, či kupříkladu obrazové sdělení. Důležité však je, aby se tato sdělení dostala k populaci, jíž jsou směřována, a mohla tak na ni mít co největší vliv. Použití vhodných prostředků za vhodných podmínek je tak jedním z nejdůležitějších faktorů, které zajistí, že bude propaganda úspěšná - tedy že se dostane ke kýžené části obyvatelstva, a na tu také bude působit (Lasswell 1938: 209–210).

Lasswellovo dílo je velice obsáhlé a plné mnoha dalších, nesmírně podnětných myšlenek, jež v této práci nelze zcela dopodrobna rozebírat, za stěžejní však považuji především poslední část práce, ve které se autor věnuje obecnému významu propagandy a faktorům, které mají na četnosti jejího využívání ten největší podíl. Dle jeho názoru je propaganda pouhým odrazem současné doby, ve které se společnost tak rychlým tempem mění v masu, že ji všechnu již nelze usměrňovat silou. Zejména proto bylo nutné vytvořit nástroj, který bude mít mnohem větší dosah, a dokáže tak ovlivnit a přinutit k požadované reakci mnohem větší množství populace, než tomu bylo doposud. Na vytvoření takového nástroje pak měly největší zájem především vlády jednotlivých států, které propagandu dnes využívají k ovlivnění veřejného mínění, a získání podpory občanů pro své vládnutí (Lasswell 1938: 220–221). Lasswell tak vidí propagandu

jako přirozené vyústění současného stavu společnosti, jež je nezbytné k legitimizaci počínání mocenských struktur.

Dle mého názoru je dílo velice nadčasové a většinu výše zmíněných myšlenek bychom mohli aplikovat také na dnešní společnost. Lasswellovo pojednání o propagandistických technikách využívaných při válčení, stejně tak při snaze vlád řídit veřejné mínění, je stále velice aktuální, a poznatek, že kýženého výsledku se dá často snadněji dosáhnout slovem než násilím, je hojně využíván i v současné době. Vymezením obecných prvků, role, a významu propagandy ve společnosti tak autor vytvořil dílo, jež se stalo velkým přínosem pro další studium tohoto fenoménu, a ze kterého mnoho ostatních teoretiků čerpá dodnes.

Dalším významným dílem Harolda Lasswella, které v práci o počátcích výzkumu politické komunikace rozhodně nelze opomenout, je studie s názvem *The Structure and Function of Communication in Society*. Tento článek, publikovaný v roce 1948, je dodnes oceňovaný jako jeden z nejvlivnějších příspěvků o struktuře a významu komunikace ve společnosti, někteří vědci jsou dokonce toho názoru, že všechny další komunikační studie Lasswellovu teorii již pouze rozvíjejí, jelikož v ní definoval již všechny podstatné a základní prvky obsahu komunikace (Coventry nedatováno).

V této práci se Lasswell snažil popsat strukturu a funkce masové komunikace, tedy komunikace, která je realizována prostřednictvím masových médií a směřována k velkému segmentu populace. Dle jeho názoru je pro popis a analýzu procesu masové komunikace vždy nezbytně nutné zodpovědět si několik základních otázek – a sice kdo říká dané sdělení, co daný aktér říká, komu to říká, jaké prostředky k tomu využívá, a jaký účinek má ono sdělení na jeho příjemce (Lasswell 2007: 216). Těchto pět prvků tak tvoří základní komunikační rámec a zároveň jsou velice důležité pro určení samotné povahy komunikace. Jak již bylo řečeno, Lasswell ve své teorii také zdůrazňuje roli médií ve společnosti, a vychází z předpokladu, že média mají na utváření veřejného mínění ten největší vliv. Dle jeho názoru proto taková komunikace musí být pouze jednosměrná, musí tedy vycházet od podavatele dané zprávy (v Lasswellovo podání jsou to

především média) k jejímu příjemci. Po přijetí informace adresátem na něj musí začít okamžitě působit a ovlivňovat jeho názory a postoje (Plášek nedatováno).

Kromě výše zmíněné struktury dále Lasswell v tomto díle také definoval tři základní funkce, které musí masová komunikace plnit. Dle jeho názoru je zásadní funkce monitoringu veřejného prostředí a zprostředkovávání informací odehrávajících se v prostoru, ve kterém lidé žijí, dále potom sbližování jednotlivých segmentů společnosti a umožnění komunikace mezi nimi, a v neposlední řadě také funkce zachovávání a předávání kulturního a sociálního dědictví a zvyklostí z generace na generaci (Lasswell 2007: 217).

Lasswellův komunikační model můžeme považovat za jeden z nejpřínosnějších, jelikož jako jeden z prvních přišel s podklady pro základní definici masové komunikace. Tím, že popsal základní strukturu, prvky, na které je důležité se v rámci komunikace zaměřovat, a funkce masové komunikace, položil úplné základy komunikačních studií, které dnes dále rozšiřuje, a taktéž se na ně stále odkazuje, mnoho dalších teoretiků politické komunikace (Coventry nedatováno). Harolda Lasswella tak můžeme právem považovat za jednoho z nejvlivnějších autorů teorií přínosných pro základní studium komunikace ve společnosti.

Pokud bychom měli všechny výše zmíněné teorie Harolda Lasswella srovnat s komunikačními přístupy Waltera Lippmanna a Paula F. Lazarsfelda, určitě bychom našli prvky společné s oběma z nich. Jako oba zmiňovaní autoři, také Lasswell se zabývá strukturou a významem komunikace ve společnosti, vznikem veřejného mínění, a faktory, které tento vznik ovlivňují. Dle Lasswella má na utváření postojů populace a tvorbu veřejného mínění vliv propaganda, kterou používá vláda, aby si získala podporu veřejnosti pro své počínání. Tímto se liší od ostatních dvou autorů, kteří propagandu ve svých teoriích nezmiňují. Stejně jako Lippmann, také Lasswell však tvrdí, že nástrojem, který onu propagandu šíří, jsou média, a ta mají na podobu veřejného mínění ten největší vliv. Lasswellovu teorii, stejně jako Lippmanovu, proto řadíme do tzv. fáze všemocných médií (Plášek nedatováno) – jsou to prvotní teorie masové komunikace, které zdůrazňovaly roli médií a jejich zásadní vliv na utváření

názorů masové společnosti. Lazarsfeldova teorie již hovoří o jejich překonání, a klade již větší důraz na roli mezilidské komunikace. Všechny tři teorie však ve své době přišly s velice přínosnými a do té doby dosud neznámými poznatky, které dnes tvoří základní rámec komunikačních studií, a proto je můžeme považovat za jedny z nejvýznamnějších teorií vycházejících z úplných počátků výzkumu politické komunikace.

4 Prvotní komunikační teorie očima jiných odborníků

V předešlé části práce jsme si nastínili základní myšlenky, na kterých jsou postaveny prvotní komunikační teorie, jež jsou v současné době považovány za jedny z nejpřínosnějších přístupů ke zkoumání komunikace ve společnosti. Nelze však opomenout, že od jejich vzniku již uplynula řada let, a výzkum politické komunikace již od té doby prošel také značným vývojem. Zejména proto jsou v současné době tyto teorie podrobovány kritice ze strany některých dalších odborníků na komunikaci, kteří v nich nalézají určité nedostatky, a kromě jejich nezpochybnitelného přínosu se snaží poukazovat také na jejich slabé stránky. V této části práce se proto pokusím výše zmíněné teorie představit z několika úhlů pohledu, a nastínit tak čtenáři jak jejich klady, tak zápory. Vycházet přitom budu z výstupů několika odborníků, kteří tyto teorie analyzují a hodnotí.

4.1 Walter Lippmann a teorie veřejného mínění

Jak jsme si již rozebrali v předešlé části práce, Lippmannova teorie o podobě a formování veřejného mínění je v současné době považována za jeden z největších přínosů pro prvotní výzkumy komunikace ve společnosti. Ten v době vzniku teorie spočíval především v Lippmannově specifickém nahlížení na vytváření a roli veřejného mínění, a operování s pojmem stereotyp, díky jehož existenci je Lippmann kritický k obecné racionalitě společnosti. Jak již bylo řečeno, tato kritika vyplývá především z autorova přesvědčení o existenci obrazů uvnitř myslí lidí, které jsou společností mylně považovány za reálný odraz světa (Lippmann 1998: 13–17). Tyto obrazy jsou vytvářeny a udržovány díky využívání předsudků a silně zažitých stereotypů, které lidem při poznávání nových věcí pomáhají ušetřit čas se získáváním velkého množství informací o daných faktech, v konečném důsledku jim však také brání poznat skutečný obraz reality. Zejména proto je Lippmann kritický k demokracii a rozhodování společnosti o důležitých otázkách ve státě, jelikož rozhodnutí vycházející ze zkreslených informací mohou dle autora společnosti velice uškodit. Jako nejlepší

řešení proto vidí přenechat rozhodování o důležitých státních záležitostech příslušným odborníkům (Jung 2002: 8–9).

Teorie Waltera Lippmanna je v dnešní době považována za jednu z nejvýznamnějších prvotních komunikačních teorií, na které je i v současné době stále odkazováno. Nicméně od počátku jejího vzniku se ve veřejném diskurzu začaly objevovat také názory jiných odborníků na komunikaci, kteří v ní shledávají určité nedostatky, a vystavují ji proto kritice. Mezi nejznámější z nich patří představitelé tzv. amerického pragmatismu, směru, který oproti Lippmannovi vyzdvihuje samostatnost a racionalitu lidského jednání. Jeho hlavním protagonistou, a zároveň největším kritikem teorie Waltera Lippmanna, je John Dewey, americký psycholog a filozof, jenž se s Lippmannem rozchází právě v nahlížení na způsobilost společnosti rozhodovat o důležitých otázkách ve státě. Dle jeho názoru je totiž společnost natolik racionální, že si sama dokáže určit, co je pro ni dobré a špatné, a díky tomu je schopna samostatně řídit stát. Dewey proto kritizuje zejména Lippmannův nedůvěřivý postoj k racionalitě veřejného mínění, a tvrdí, že teorie takového typu jsou již dávno překonány. Stejně jako Lippmann, také Dewey vyjadřuje negativní postoj k médiím, která dle obou autorů pouze přispívají k udržování a přenášení stereotypů ve společnosti, dle Deweyho je však proti tomuto nejlepší ochranou právě racionalita společnosti a schopnost lidí nad věcmi přemýšlet (Jung 2002: 7–8). Ta je dle autora dokonce natolik rozvinutá, že by občané měli dohlížet na samotné státní úředníky, aby byla zajištěna dokonalá efektivita a funkčnost daného státu (Dewey 1991: 47).

Dalším kritikem teorie Waltera Lippmanna je pak americký žurnalista a teoretik komunikace James W. Carey. Stejně jako Dewey, také on nesouhlasí s názorem, že by společnost nebyla schopna rozhodovat o důležitých státních záležitostech, a popisuje Waltera Lippmanna jako tzv. antidemokratického elitáře (Carey 1987: 6). Dle jeho názoru je totiž myšlenka, aby vedení státu připadlo pouze odborníkům, velice neefektivní, jelikož tito lidé nemají k problémům běžných občanů tak blízko, a proto nemají přílišnou snahu je také vyřešit (Carey 1987: 7).

Společnost by si proto měla o záležitostech v jejím státě rozhodovat sama, jelikož je plně racionální, a také schopna rozhodnout, co je pro ni správné.

Jak tedy můžeme vidět výše, Lippmannův specifický přístup k nahlížení na veřejné mínění a racionalitu společnosti, se kromě svého uznání stal terčem také několika kritiků. I přesto však tohoto autora můžeme považovat za jednoho z nejvlivnějších komunikačních teoretiků, kteří na počátcích výzkumu politické komunikace přišli se zcela novými přístupy ke zkoumání tohoto fenoménu, a rozšířili tak komunikační výzkumy o nové a velice zajímavé myšlenky.

4.2 Lazarsfeldova teorie dvoufázového toku informací

Stejně jako Walter Lippmann, také Paul Felix Lazarsfeld je v dnešní době považován za jednoho z nejpřínosnějších odborníků na politickou komunikaci. Jeho poznatky ohledně vlivu médií a významu mezilidské komunikace, existence názorových vůdců, a z toho plynoucí teorie dvoufázového toku informací, se v době svého vzniku staly jedním z dominantních přístupů ke zkoumání komunikace ve společnosti. Tato teorie bývá označována za přelomovou zejména proto, že do doby jejího vzniku panoval ve společnosti názor, že na utváření postojů lidí a ovlivňování jejich názorů mají největší vliv informace pocházející z médií. Nicméně výzkum provedený Paulem Lazarsfeldem a jeho kolegy ukázal, že na vytváření názorů lidí má mnohem větší vliv interpersonální komunikace, a že lidé spíše spoléhají na informace prezentované tzv. názorovými vůdci, kteří jsou informovanější, lidem bližší, a dokáží proto zprávy z médií společnosti předat jasněji a srozumitelněji (Jeřábek 2003: 689). Komunikace s rodinou, přáteli a lidmi pocházejícími ze stejného sociálního prostředí, tak dle Lazarsfelda dokáže na člověka zapůsobit intenzivněji, a ovlivňovat tak jeho názory více, než samotná média (Postelnicu nedatováno).

Nicméně od doby svého vzniku byla tato teorie, stejně jako výše zmíněná teorie Waltera Lippmanna, taktéž vystavena kritice ze strany některých odborníků na komunikaci. Jedním z nich je kupříkladu Everett Rogers, americký sociolog a komunikační teoretik, který kritizuje právě Lazarsfeldův důraz na významnost

role mezilidské komunikace ve společnosti. Dle jeho názoru totiž většina lidí získává důležité informace především z médií, a tento způsob také upřednostňuje před samotnou komunikací uskutečňující se tvář v tvář. Popírá, že by existovali nějakí názoroví vůdci, kteří čerpají informace z médií jako první, a až poté je předkládají většinové společnosti, a přiklání se k názoru, že mediální zprávy působí na běžnou populaci přímo, a komunikace probíhající mezi médii a společností je tedy pouze jednostupňová (Rogers 1995: 98–102). Někteří z dalších kritiků Waltera Lippmanna naopak tvrdí, že teorie dvoufázového toku informací je pouhým zjednodušením tak složitého procesu, jako je komunikace, a že komunikace mezi médii a společností má naopak více fází, než jen dvě. Dle jejich názoru jsou informace vycházející z médií nejprve předávány názorovým vůdcům, kteří je však hned nezprostředkují běžné populaci, ale nejprve je analyzují a hodnotí vzájemně mezi sebou. Vzniká nám tu tak další stupeň komunikace, která probíhá mezi podobně vzdělanými a informovanými jedinci, a kterou dle těchto autorů Lazarsfeld ve své teorii zcela opomenul (Postelnicu nedatováno).

Soudobější autoři pak určité nedostatky v Lazarsfeldově přístupu spatřují zejména proto, že tato teorie byla vytvořena v době, kdy funkci sdělovacích prostředků zastával pouze tisk a rozhlas, a média jako televize či internet, ze kterých dnes masově získává informace většina světové populace, ještě neexistovala. Dle jejich názoru by tak Lazarsfeldova teorie v dnešní době již neobstála, jelikož pozdější studie ukázaly, že největší vliv na utváření názorů ve společnosti mají dnes již masová média, jejichž informace se na nás v ohromném množství, a takřka nepřetržitě, valí ze všech stran (Postelnicu nedatováno).

Nicméně někteří autoři naopak stále hovoří o existenci a významné roli názorových vůdců ve společnosti, přičemž vyzdvihují zejména jejich schopnost posilovat názory běžné populace, a zachovávat tak jejich konzistentnost. Jedním z těchto autorů je kupříkladu Verling Troidahl, americký teoretik komunikace, který tvrdí, že pokud je člověk seznámen s informací, jež je pro něj nová, a nekoresponduje tak s jeho dosavadními názory, v jeho mozku náhle zavládne

chaos, a člověk se pak ocitá v určité nerovnováze. Pokud však nastane tento stav, má možnost se obrátit na svého nejbližšího názorového vůdce, který ho s novou informací seznámí, vysvětlí mu vše, co potřebuje, a vrátí ho zpět do jeho původní rovnováhy (Troldahl 1966: passim). Dle Troldahla tak má existence názorových vůdců ve společnosti i tento psychologický aspekt, který lidem pomáhá zorientovat se v dnešním nepřehledném množství informací, a zachovávat tak konzistentnost jejich názorů.

Jak tedy můžeme vidět, stejně jako teorii Waltera Lippmanna, také Lazarsfeldově teorii dvoufázového toku informací, jsou ze strany některých odborníků na komunikaci vytýkány určité nedostatky, které samotná teorie přehlíží. I přesto je však tento přístup stále vnímán jako jeden z nejvýznamnějších příspěvků z výzkumu komunikace ve společnosti, a považován za základní kámen komunikačních studií, na který mnoho významných autorů odkazuje dodnes.

4.3 Lasswellova formule

Jak již bylo zmíněno v předchozí části práce, také Harold Lasswell je v dnešní době řazen mezi nejvýznamnější komunikační teoretiky, kteří se jako jedni z prvních začali zabývat výzkumem masové komunikace. Stejně jako výše rozebraná teorie Waltera Lippmanna, také Lazarsfeldův přístup pojednává o zásadní roli sdělovacích prostředků ve společnosti, a předpokládá, že média dokáží názory a postoje lidí ovlivnit mnohem více, než mezilidská komunikace (Plášek nedatováno). Díky tomuto přístupu je dnes Lasswell považován za jednoho z nejprínosnějších odborníků, kteří se jako první začali zabývat mocenskými vztahy, významem, a rolí komunikace ve společnosti. Jak jsme si již nastínili v předešlé části práce, podstatné a velice přínosné jsou dnes také jeho poznatky z oblasti studia propagandy, za nejvýznamnější dílo je však považován jeho příspěvek o struktuře a funkcích komunikace ve společnosti, nazývaný též Lasswellova formule, ve kterém Lasswell definoval základní přístupy ke zkoumání jakéhokoliv komunikačního procesu (Coventry nedatováno). Jeho tvrzení, že pro určení povahy dané komunikace je vždy nutné ohlížet se na to,

kdo komunikuje, s kým, jaké sdělení říká, jakých prostředků přitom využívá, a jaký vliv má ono sdělení na jeho příjemce (Lasswell 2007: 216), určilo základní rámec pro studium jakékoliv komunikace ve společnosti, a mnoho významných komunikačních teoretiků z něj ve svých přístupech též dodnes vychází. Jako tomu však bylo u obou výše zmíněných komunikačních přístupů, také teorie Harolda Lasswella je dnes vystavována určité kritice ze strany některých dalších odborníků na komunikaci.

Jedním z nich je kupříkladu Richard Braddock, americký teoretik komunikace, který tvrdí, že v Lasswellově teorii chybí vymezení dvou velice důležitých prvků, které jsou pro určení povahy každé komunikace takřka nezbytné – a sice za jakých okolností je komunikace uskutečňována, a s jakým účelem. Podle Braddocka je totiž každá komunikace specifická, a proto předávání stejného sdělení mezi stejnými lidmi se za různých podmínek může odehrávat pokaždé zcela odlišně. Stejně tak komunikace vedená s určitým účelem je vždy nastavena tak, aby člověk dosáhl kýženého výsledku, a od komunikace neúčelové se tudíž také velice liší. Dle autora jsou tak tyto dva prvky velice nezbytné pro charakterizování každého komunikačního procesu, a jejich opomenutí v Lasswellově teorii proto vidí jako zásadní nedostatek (Braddock 1958: 88–89).

Další z autorů, kteří upozorňují na některé slabé stránky Lasswellovy teorie, jsou potom Bradley S. Greenberg a Michael B. Salwen. Tito dva komunikační teoretici jsou toho názoru, že ačkoliv Lasswellův model poukazuje na některé důležité prvky, dle kterých můžeme definovat proces masové komunikace, vyznačuje se přílišnou obecností, a proto jím nelze zcela charakterizovat jakoukoliv formu komunikace. Dle jejich názoru je totiž každý proces přenosu informací velice specifický, a proto je třeba pro jeho vymezení brát v potaz mnohem větší množství faktorů, než s jakým operuje teorie Harolda Lasswella (Greenberg – Salwen 2008: *passim*). Stejně jako Braddock, také Greenberg a Salwen tak poukazují na nedostatečné vymezení všech prvků, které jsou pro určení povahy každé komunikace nezbytné. I přesto je však teorie Harolda Lasswella považována za jeden z nejvýznamnějších prvotních přístupů ke studiu

komunikace ve společnosti, a tvoří úplný základ komunikačních studií, ze kterého mnoho dalších autorů vychází ještě dnes.

5 Závěr

Cílem této práce bylo seznámit čtenáře s fenoménem politické komunikace s primárním zaměřením na počátky jeho výzkumu. Politická komunikace je nesmírně důležitý proces, který dnes využívá takřka každý politický aktér, jenž chce směřovat určité sdělení k požadované části populace, a ovlivnit její názory ve svůj prospěch. Je to velice podstatný charakterizační prvek každé společnosti, který pomáhá přenášet informace politického rázu mezi jednotlivými aktéry, zároveň však způsobem jejich přenosu, a povahou daných sdělení určuje také povahu celého kulturního prostředí každé země. Výzkumem tohoto fenoménu se dnes proto zabývá velké množství autorů, mým hlavním cílem však bylo navrátit se k úplným počátkům zkoumání politické komunikace, jelikož teorie pocházející z tohoto období jsou dnes hodnoceny jako jedny z nejvýznamnějších přístupů ke zkoumání komunikace ve společnosti, a považovány za úplný základ komunikačních studií, který je pro pochopení teorií navazujících prakticky nezbytný.

V první části práce jsem se snažila o samotné vymezení pojmu politická komunikace, a představení několika definic, se kterými operují různí autoři. Dozvěděli jsme se, že politickou komunikaci můžeme vnímat jako proces přenosu informací mezi třemi hlavními aktéry – politickou sférou, občany, a médii, kteří na sebe vzájemně působí, a pomocí politické komunikace se snaží navzájem ovlivňovat své postoje a názory. Dále jsem se snažila čtenáři představit politickou komunikace jako obor a praxi, oblasti jejich studia, a metody zkoumání. Pro komplexní pochopení tohoto fenoménu jsem závěr této části věnovala definování jednotlivých aktérů politické komunikace, vymezení toho, jakým způsobem mezi sebou komunikují, a jaké prostředky jim napomáhají k tomu, aby jejich sdělení mělo na ostatní aktéry co největší vliv.

Stěžejní část práce byla věnována samotným počátkům výzkumu politické komunikace. V této části jsem se snažila čtenáři přiblížit teorie, které odstartovaly zkoumání role a významu komunikace ve společnosti, přispěly k etablování komunikačních studií jako samostatné vědní disciplíny, a částečně

také určily směřování komunikačních výzkumů do budoucnosti. Představili jsme si teorii Waltera Lippmanna a jeho specifické nahlížení na podobu a funkci veřejného mínění, jeho nedůvěřivý postoj k racionalitě společnosti, a předpoklad využívání stereotypů, které lidstvu brání v přístupu k reálnému obrazu světa. Paula F. Lazarsfelda, jeho teorii dvoufázového toku informací a předpoklad existence názorových vůdců ve společnosti, kteří jako první přebírají informace z médií, a následně je předávají většinové společnosti, jejíž postoje jsou tak v rámci mezilidské komunikace ovlivňovány mnohem více, než samotnými sdělovacími prostředky. V neposlední řadě jsme si také rozebrali teorii Harolda Lasswella, jeho pojednání o roli a významu propagandy, kterou využívají vlády, aby si zajistily podporu ze strany občanů, stejně tak jeho významný příspěvek o struktuře a funkcích komunikace ve společnosti, ve kterém Lasswell definoval základní prvky, které jsou nezbytné pro určení povahy každé komunikace. Hlavním cílem této části práce bylo analyzovat myšlenky, na kterých jsou tyto teorie založené, vzájemně je mezi sebou komparovat, a zjistit, v čem spočívá významnost, která je jim přisuzována v dnešní době. Jak vyplývá z našich výše zmíněných poznatků, každá z teorií má svá specifika, se kterými přistupuje ke zkoumání komunikace ve společnosti, všechny teorie se však zabývají procesem utváření veřejného mínění a mocenskými vztahy ve společnosti, od jejichž podoby se následná komunikace odvíjí. Významné jsou především z toho důvodu, že na počátcích výzkumu politické komunikace přišly se zcela novými přístupy ke zkoumání tohoto fenoménu, rozšířily komunikační výzkumy o nové a velice zajímavé myšlenky, a dodnes jsou považovány za jedny z nejpřínosnějších příspěvků k základnímu studiu komunikace ve společnosti, ze kterých čerpá mnoho dalších odborníků na komunikaci. Velmi přínosná je také jejich aktuálnost, a tudíž možnost aplikace takřka v jakékoliv době.

Závěrečná část práce pak byla věnována autorům, kteří výše zmíněné teorie hodnotí, a kromě jejich nepopíratelného přínosu v nich nacházejí také určité nedostatky. Kritika těchto autorů spočívá nejčastěji v jejich odlišném nahlížení na podobu veřejného mínění, racionalitu společnosti, roli médií a mezilidské

komunikace, či ve vytýkání přílišné obecnosti, a nedostatečného vymezení všech základních prvků komunikace. I přes výtky těchto autorů se však všechny tři zkoumané teorie zapsaly do dějin jako nejvýznamnější příspěvky z prvotních výzkumů politické komunikace, které položily základ komunikačních studií, a určily podobu jejich směřování také do budoucnosti.

Seznam použité literatury a pramenů

Berelson, Bernard – Gaudet, Hazel – Lazarsfeld, Paul F. (1948). *The People's Choice: How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign* (New York: Columbia University Press).

Braddock, Richard (1958). An Extension of the "Lasswell Formula". *Journal of Communication* 8 (2), s. 88–93.

Britannica (nedatováno). *Harold Lasswell* (<https://www.britannica.com/biography/Harold-Lasswell>, 30. 3. 2018).

Britannica (nedatováno). *Walter Lippmann* (<https://www.britannica.com/biography/Walter-Lippmann>, 29. 3. 2018).

Carey, James W. (1987). The Press and Public Discourse. *The Center Magazine* březem/duben 1987, s. 4–16.

Coventry (nedatováno). *Harold Lasswell "5W": The Structure and Function of Communication in Society* (<https://citystorycoventry.wordpress.com/readings-and-theories/harold-lasswell-5w-%E3%80%8Athe-structure-and-function-of-communication-in-society%E3%80%8B/>, 30. 3. 2018).

Denton, Robert E. – Woodward, Gary C. (1998). *Political Communication in America* (London: Praeger Publishers).

Dewey, John (1991). *The Public and Its Problems* (Ohio: Swallow Press Books).

Geer, John G. (2004). *Public Opinion and Polling Around the World : A Historical Encyclopedia* (California: ABC-CLIO).

Graber, Doris (2005). Political Communication Faces the 21st Century. *Journal of Communication* 55 (3), s. 479–507.

Greenberg, Bradley S. – Salwen, Michael B. (2008). Mass Communication Theory and Research: Concepts and Models. In: Salwen, Michael B. – Stacks, Don W. eds., *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* (New York: Routledge), s. 61–75.

Institut politického marketingu (nedatováno). *Lazarsfeld Paul F.* (<http://politickymarketing.com/glossary/lazarsfeld-paul-f#zdroj1>, 30. 3. 2018).

Institut politického marketingu (nedatovánob). *Politická komunikace* (<http://politickymarketing.com/glossary/politicka-komunikace>, 10. 2. 2018).

Jeřábek, Hynek (2003). Měření názorového vůdcovství v českých sociologických výzkumech. *Sociologický časopis* 39 (5), s. 687–706.

Jung, Richard (2002). Teoretické pojetí veřejnosti, veřejného mínění a role výzkumů mínění. In: Lebeda, Tomáš – Rendlová, Eliška, *Výzkumy veřejného mínění - teoretické souvislosti a praktická aplikace* (Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky), s. 1–31.

Katz, Elihu – Lazarsfeld, Paul F. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications* (New York: The Free Press).

Křeček, Jan (2013). *Politická komunikace: Od res publica po public relations* (Praha: Grada Publishing).

Kuběňová, Klára (nedatováno). Propaganda (nejen) za první světové války. *Revue pro média* (http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue01/recenze_baker.htm, 30. 3. 2018).

Lasswell, Harold D. (1938). *Propaganda Technique in the World War* (New York: Peter Smith).

Lasswell, Harold D. (2007). The Structure and Function of Communication in Society. *Katolická univerzita Jana Pavla II. v Lublinu* (<http://pracownik.kul.pl/files/37108/public/Lasswell.pdf>, 30. 3. 2018).

Lippmann, Walter (1931). The Press and Public Opinion. *Political Science Quarterly* 46 (2), 161–170.

Lippmann, Walter (1998). *Public Opinion* (New Brunswick and London: Transaction Publishers).

Matušková, Anna (2009). Efektivní politická komunikace. *Evropské hodnoty*. 1. 5. 2009 (http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2013/03/EH_Efektivni_politicka_09.pdf, 9. 2. 2018), s. 5-55.

McNair, Brian (2003). *An Introduction to Political Communication* (London: Routledge).

Perloff, Richard M. (1998). *Political Communication: Politics, Press and Public in America* (New York: Routledge).

Plášek, Radovan (nedatováno). Lasswell, Harold Dwight (1902–1978). *Revue pro média* (<http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/lasswell.htm>, 30. 3. 2018).

Postelnicu, Monica (nedatováno). Two-Step Flow Model of Communication. *Britannica* (<https://www.britannica.com/topic/two-step-flow-model-of-communication#ref1199140>, 22. 4. 2018).

Rogers, Everett (1995). *Diffusion of Innovations* (New York: The Free Press).

Sartori, Giovanni (2005). *Strany a stranické systémy: Schéma pro analýzu* (Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury).

Splichal, Slavko (1999). *Public Opinion: Developments and Controversies in the Twentieth Century* (Maryland: Rowman & Littlefield Publishers).

Šimůnek, Michal (nedatováno). Walter Lippmann: Veřejné mínění. *Revue pro média* (http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Revue03/recenze_lippmann.htm, 29. 3. 2018).

Šubrt, Jiří a kol. (1998). *Kapitoly ze sociologie veřejného mínění* (Praha: Karolinum).

Troldahl, Verling (1966). A Field Test of A Modified „Two-Step Flow of Communication“ Model. *Public Opinion Quarterly* 30 (4), s. 609–623.

Vacková, Barbora (nedatováno). Lazarsfeld, Paul Felix (1901–1976). *Revue pro média* (<http://rpm.fss.muni.cz/Revue/Heslar/lazarsfeld.htm>, 30. 3. 2018).

Resumé

This bachelor thesis deals with the beginnings of political communication research. The main aim of the thesis is to introduce and analyze theories, which first began to examine the role and importance of communication in society. These theories are today considered to be one of the most important approaches for studying communication and power relations in society, so I decided to analyze them in this work. For a better insight into the topic, I divided my work into three parts. In the first part of my thesis, I try to introduce the very concept of political communication. I mention different definitions from several authors, I represent political communication as a discipline and practice, and at the end of this part, I try to describe the three main actors of political communication and the ways of their communication. In the second and at the same time the main part of the thesis, I try to introduce theories, which are today understood as the complete basis of communication studies. It is a theory created by Walter Lippmann, Paul F. Lazarsfeld and Harold Lasswell. The main aim of this part is to describe and analyze these theories, compare them with each other, and to explain their significance. In the third part of my thesis, I try to introduce these theories from several angles of view, and I mention here several authors who evaluate them. To summarize it, this bachelor thesis tries to familiarize the reader with the phenomenon of political communication, and to present basic communication theories, which are necessary for the understanding of the whole phenomenon.