

EÚ – karikatúra medzinárodného aktéra? Predstavy o aktérstve Európskej únie podľa týždenníka The Economist

DANIELA CHALÁNIOVÁ

EU – a Caricature of an International Actor? How *The Economist* Imagines EU Actorness

Abstract: Constructivist attempts to focus on analysis of the European identity, including the foreign policy dimension, rely almost exclusively on textual and verbal discourse. But discourse as such is not limited to textual and verbal acts; graphics and visuals, including political caricatures, constitute an integral component of discourse as well. The aim of this contribution is to analyse how the European Union's identity as an actor of international relations could be imagined by studying a sample of political cartoons from *The Economist*. Based on the analysis, I conclude that although the European Union is not imagined as an antithesis to a standard international actor, *The Economist* still imagines it as a player that is not entirely equal to other players.

Keywords: European Union, political caricature, actorness, discourse analysis, *The Economist*

„Lepšie je raz vidieť, ako sto krát počuť.“
(prislovie)

„Pero je mocnejšie než meč.“
(prislovie)

Finančná kríza v eurozóne v dnešných dňoch naplno ovládla mediálny priestor venovaný Európskej únii (EÚ). Otázniky nad možným gréckym bankrotom a budúcnosťou Európy úplne odpútali pozornosť od spoločnej zahraničnej politiky, pritom v susedstve únie to vrie revolučnými udalosťami: ozbrojený zásah spojencov v Lýbii, krvavé potláčanie demonstrácií v Sýrii, vlny utečencov zo severnej Afriky alebo nepokoje na Blízkom východe. Na východ od schengenských hraníc prezident Lukašenko prenasleduje politickú opozíciu, Ukrajina sa politicky odkláňa od Európy smerom k Rusku a Európska únia robí to, čo vie najlepšie: posieľa demarše, odsudzuje porušenia dohovoru o ľudských právach, odsudzuje menom medzinárodného spoločenstva – inými slovami – hrá svoju rolu papierového tigra. Tento postoj v podstate len podtrhuje to, o čom sa v politických aj

akademických kruhoch diskutuje už dlho: o špecifickej povahe aktérstva EÚ – o možnostiach, schopnostiach a úlohách Európskej únie ako aktéra medzinárodných vzťahov (Hill 1993; Bretherton – Vogler 1999; Larsen 2002; Manners 2002 a 2006; Sjursen 2004 a 2006; Treacher 2004; Hettne – Söderbaum 2005; Aggestam 2008; Zielonka 2008, ale pozri napríklad aj špeciálne číslo *Journal of European Public Policy*, Vol. 13, No. 2 z roku 2006, venované normatívnej mocnosti EÚ; porovnaj s realistickou kritikou od Hyde-Price 2006, 2008).

Diskusia o *aktérstve* EÚ síce trvá už skoro štyridsať rokov, ale konsenzus o tom, čo znamená byť aktérom medzinárodných vzťahov (MV) v podaní EÚ stále nie je na dohľad. Neschopnosť dospieť k jednotnej definícii, napríklad, či je EÚ skutočným aktérom MV, alebo iba prezenciou (*presence*) v medzinárodných vzťahoch (Bretherton – Vogler 1999), iba zdôrazňuje roztrieštenosť diskurzu o európskom aktérstve. Inými slovami, naše predstavy o *aktérstve* Európskej únie či jej *medzinárodnej identite* a význam týchto pojmov sú utvárané a konštruované mnohými inštitúciami a autormi, či už sa jedná o akademikov, politikov alebo žurnalistov. Jediná vec, na ktorej sa dokážeme zhodnúť, je skutočnosť, že EÚ nie je úplne „normálnym“ aktérom MV, ale *sui generis* entitou, ktorej *aktérstvo*, *moc* či *identita* sú neustále konštruované, konštituované, skúšané (*contested*).¹

Tento príspevok si kladie za cieľ bližšie preskúmať špecifickú časť diskurzu o aktérstve Európskej únie v medzinárodných vzťahoch, konkrétne: *preskúmať politické karikatúry týždenníka Economist a zistiť, aké predstavy o identite Európskej únie ako aktéra medzinárodných vzťahov tento týždenník pomáha konštruovať*.

V prvej, teoretickej, časti sa budem venovať politickým karikatúram – významotvorným praktikám, ktoré sa *spolupodieľajú* na konštrukcii sociálnej reality medzinárodných vzťahov a identity jednotlivých hráčov.² Rozoberiem špecifické postavenie politickej karikatúry v konštrukcii sociálnej reality a možnosti jej využitia v rámci postštrukturalistickej diskurznej analýzy.

Druhú časť textu tvorí samotná analýza vizuálnej reprezentácie – identity Európskej únie ako aktéra medzinárodných vzťahov v politických karikatúrach týždenníka *The Economist*.

Analýza politických karikatúr prebehne v troch krokoch: v prvom sa zameriam na interpretáciu stereotypných vyobrazení a personifikácií Európskej únie a vlastností s nimi spojených. V druhom kroku preskúmam vyobrazenia a s nimi spojené symboly a stereotypy ostatných (štandardných) aktérov MV, v treťom kroku zistené výsledky porovnam s vyobrazeniami Európskej únie z prvej časti analýzy s cieľom zistiť, či ostatní aktéri medzinárodných vzťahov (takí, ktorých aktérstvo nie je spochybňované v akademickej ani inej literatúre) tvoria protiklad k európskej identite – tzv. konceptuálny pár *Self/Other* – a napomáhajú tak konštrukcii európskej identity ako „odlišného“ aktéra medzinárodných vzťahov.

TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ: DISKURZNÁ ANALÝZA OBRAZOV

Iconic turn³ – od textu k obrazom

Podľa Bergera a Luckmana je *jazyk* nástrojom schopným typizovať, uchovávať *významy* a skúsenosti v čase a preniesť ich na nasledujúce generácie (1967: 37–39 môj dôraz). V úvode knihy diskurznej analýzy textov pre sociálny výskum Norman Fairclough o jazyku píše, že „*je neredukovateľnou súčasťou spoločenského života, dialekticky prepojený s ostatnými prvkami spoločenského života tak, že sociálna analýza a výskum musia jazyk vždy zohľadniť*“ (Fairclough 2003: 2; pozri aj Foucault 1969 [2008] alebo Der Derian – Shapiro 1989). Jazyk, a s ním úzko spojený *diskurz*, je tým pádom podľa mnohých kľúčom k rozkrytiu predstáv o sociálnej realite a mocenských vzťahov v nej (vrátane predstáv o identite alebo aktérstve).⁴ Schopnosť jazyka komunikovať významy má za následok fakt, že hlavnú náplň diskurznej analýzy tvorí štúdium textov a rečových aktov,

oficiálnych dokumentov, historických kníh alebo novinových článkov, pomocou ktorých môžeme objasniť konštitutívne procesy budovania národných identít (Wodak – de Cilia – Reisigl – Liebhart 1999 [2009]; Mole /ed./ 2007), odhaliť mocenské štruktúry, diskriminujúce praktiky voči menšinám (Blackledge /ed./ 2005), alebo môžeme dekonštruovať diskurzy hrozby a ich vplyv na zahraničnú politiku (Campbell 1992 [1998]; Hansen 2006).

Aj keď jazyk a diskurz v textovej podobe tvoria základný kameň diskurznej analýzy,⁵ bolo by chybou redukovať tento prístup len na štúdium verbálnych praktík. Súhlasím s Vítom Benešom, že je vhodnejšie „*chápať diskurznu analýzu ako štúdium ľudských významotvorných praktík, medzi ktoré možno okrem verbálnej komunikácie zaradiť [aj] obrazové médiá (film, plagáty, reklamné billboardy), či akúkoľvek inú ľudskú aktivitu spadajúcu do širokej kategórie neverbálnej komunikácie*“ (Beneš 2008: 92), vrátane politických karikatúr ako špecifickej formy politického komentára. Pretože nielen texty, ale aj obrazy (*images*)⁷ a obrázky, znaky a symboly majú vplyv na utváranie predstáv o svete a spoločnosti a sú dôležitou súčasťou nášho každodenného sociálneho a politického života.

Záujem o rolu obrazov v spoločenských vedách môžeme vysledovať už do tridsiatych rokov 20. storočia k Walterovi Benjaminovi a jeho eseji *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*.⁸ Významnou postavou moderného štúdia obrazov bol tiež literárny teoretik a filozof Roland Barthes, ktorý sa hneď na niekoľkých miestach vo svojom diele venoval vplyvu vizuálnych udalostí na diváka a schopnosti fotografie komunikovať významy (Barthes 1957 [1972], 1980).⁹ Štúdium obrazov, malieb a plagátov však našlo odozvu predovšetkým v humanitných a sociálnych disciplínach spoločenskovedného oboru, na rozdiel od politických vied, u ktorých prevládol záujem o text (takzvaný *linguistic turn*). Ako trochu ironicky poznamenáva historik umenia Martin Warnke: „*zhoda v politických vedách panuje očividne už iba na tom, že pri vizuálnych formách politického prejavu sa jedná o niečo podozrivé, iracionálne, niečo ovládané zmyslami a tým pádom nekontrolovateľné a impulzívne; a [vizuálne formy] ako také vlastne v politicko-vednom remesle nemajú čo hľadať, pretože zmyslové poznanie nie je schopné pravdivosti*“ (Warnke 1994: 177 citované podľa Bernhardt et. al. 2009: 15, môj dôraz). Iracionalita, subjektivita či pravdivosť vizuálneho prejavu ale nie sú nutne v konflikte so všetkými politicko-vednými teóriami a metódami.

Konštruktivistické, postpozitivistické a postštrukturalistické smery umožňujú kvalitatívny interpretatívny prístup k sociálnej realite a sú naopak vhodné k výskumu vizuálnych reprezentácií objektov a fenoménov. Napríklad diskurzna analýza „*nepristupuje k textu [a obrazu] ako ku znázorneniu ‚reality‘, u ktorého by sme mali hodnotiť jeho ‚objektivitu‘ a ‚pravdivosť‘*“ (Beneš 2008: 93). Podobne ako text (alebo jazyk), aj obraz, film, karikatúra či fotografia sú integrálnou súčasťou sociálno-politickej reality, a teda nie je možné určiť ich objektivitu alebo pravdivosť, tak ako nemôžeme určiť, či je pravdivá realita, ktorú fotografia konštruuje. Diskurzna analýza teda nehodnotí pravdivosť textu/obrazu, ale „*skúma, akým spôsobom ľudia skrz text či súbor textov konštruujú zmysel a význam objektov a aktivít sociálneho sveta*“ (Beneš 2008: 93, môj dôraz). Aj napriek tomu, že obrazy, fotografie a plagáty často zobrazujú výsostne politické témy: ako napríklad obraz od Eugéna Delacroixa *Sloboda vedie ľud* z roku 1830, fotografie z koncentračného tábora Osvienčim, plagáty revolučného komunistického hnutia alebo videá z 11. septembra; tak sa „*obrat k obrazom*“ uskutočnil primárne mimo politických vied a ich štúdiu sa, na rozdiel od politológov, venujú predovšetkým historici umenia, kulturológovia, sociológovia, mediálni analytici, antropológovia a psychológovia.

Dôležitý prienik medzi *kultúrnym* a *politickým* tvoria predovšetkým otázky identity, diskriminácie, symboliky, médií, či otázky idej, noriem alebo viery. Od roku 2000 sa týmito otázkam za pomoci výskumu obrazov začali venovať, hlavne v prostredí viedenskej školy diskurznej analýzy (Öhner – Pribersky – Schmale – Uhl 2005; Bernhardt –

Hadj-Abdou – Liebhart – Pribersky 2009) a tiež v rámci kodaňskej školy sekuritizácie (Williams 2003; Hansen 2011).

Politické karikatúry ako súčasť konštrukcie sociálnej reality

Pri skúmaní politických karikatúr musíme vziať na vedomie skutočnosť, že karikatúry *nie sú* samostatným prvkom v konštrukcii sociálnej reality ale iba súčasťou širšieho diskurzu. Diskurz, chápaný ako súhrn myšlienok, názorov a výrokov, ktoré systematicky konštruujú daný subjekt a jeho okolie, má totiž vždy multimodálny charakter,¹⁰ t.j. materializuje sa súčasne skrz rôzne médiá a žánre (noviny, knihy, filmy, hudba, reč, mimika, fotografie, metafory, obrazy, diskusie na internete atď.). Z toho plynie, že analýza politických karikatúr predstavuje iba zlomok celej diskurzívnej konštrukcie subjektu.¹¹ Aký majú teda politické karikatúry význam pre výskum medzinárodných vzťahov? A čo nám môžu prezradiť o identite jednotlivých aktérov?

Öhner et. al. napríklad argumentujú, „že *nie sú to* diskurzy samotné, pomocou ktorých *sú* konštruované kolektívne identity, ale že *sú to* predovšetkým obrazy [Bilder], ktoré *utvárajú* veľmi silné kolektívne predstavy“ (2005: 7, môj dôraz),¹² naznačujúc, že *sú to práve* obrazy, ktoré vytvárajú silnejšie predstavy než texty. Analýza obrazov významného medzinárodného mienkotvorného týždenníka, akým *The Economist* nepochybne je, tým pádom predstavuje dôležitý zlomok diskurzu konštrukcie európskej identity ako medzinárodného aktéra.

Význam štúdia spravodajstva spočíva v tom, že médiá poskytujú bohatý zdroj dát pre výskum tvorby významov (*meanings*) a predstáv (*imaginings*). Slobodné médiá totiž upriamujú pohľad na záležitosti a udalosti, ktoré sú centrom pozornosti kolektívu, a zároveň „*nereplikujú* logiku systému, ale namiesto toho sa *snažia o autonómiu* pokiaľ ide o výber, re-interpretáciu a hodnotenie politických udalostí“ (Trenz – Conrad – Rosén 2007: 1). Za týmto účelom sú systematicky analyzované predovšetkým tie časti spravodajstva, ktoré predstavujú názor (*opinion*), tzv. kvalitné spravodajstvo¹³ na rozdiel od bežného spravodajstva založeného na opakovaní faktov.

Kým verbálna časť spravodajstva je relatívne dobre zmapovaná, vizuálna časť (fotografie, karikatúry apod.) sa zatiaľ iba dostáva do centra pozornosti politológov. Popritom sa dá argumentovať, že politická karikatúra je tiež formou *názoru* (názoru prezentovaného obrazom), a teda sa tiež podieľa na konštrukcii udalostí, problémov a identít rovnako ako stĺpčky editoriálov, alebo možno ešte väčšou mierou, pretože v dnešnej spoločnosti sú karikatúry ako forma politického názoru verejnosťou „prečítané“ rýchlejšie a ľahšie než písané komentáre. Politické karikatúry sú schopné pomocou detailov kresby komunikovať dôvtipné, komplexné viac-vrstvé odkazy o ľuďoch a udalostiach, ktoré sú len ťažko vyjadriteľné verbálne (Gilmartin – Brunn 1998: 563, citované podľa Mazida 2008: 437). Kresba tak umožňuje karikaturistom vyjadriť názory, ktoré môžu byť príliš silné, radikálne alebo jednoducho politicky nekorektné, aby mohli byť spracované v stĺpčku komentárov, a teda by sa nedostali do textovej analýzy. Primárnym cieľom politických karikatúr však nie je byť vtípnymi,¹⁴ ale komentovať dôležitú situáciu alebo upozorniť na spoločensko-politický problém.¹⁵

Aj keď karikatúry štandardne využívajú zveličovanie a prekrútenie faktov, skráslenie a demonizáciu osôb a udalostí, sú rasistické, sexistické a prispievajú k propagácii stereotypov (Mazid 2008: 435), práve pomocou symbolov a zaužívaných stereotypov zrozumiteľných určenému publiku obrázok upevňuje špecifickú sociálnu realitu znova a znova: „z toho plynie, že *politické karikatúry nielenže vedia uchopiť spôsob, akým vizuálny diskurz komunikuje sociálne skúsenosti, ale zároveň karikatúry pomáhajú konštituovať subjektivitu a identitu sociálnych subjektov, ich vzťahy, a priestor v ktorom existujú*“ (Purvis – Hunt 1983, citované podľa Greenberga 2002: 185). Karikatúra a k nej náležiaci popisok (tzv. *punch line*) určujú autorom *preferovaný význam*. Tým, že komunikujú určitý odkaz určenému publiku, karikatúry napomáhajú konštitúcii sociálnej reality a identity jej aktérov.

KONCEPTY A METODOLÓGIA

Od karikatúry k identite

Identita patrí v politických vedách ku konceptom, ktorých vyčerpávajúca definícia je predmetom neutíchajúcich sporov. Dané je to hlavne tým, že tieto pojmy (a im podobné, ako napríklad rasa alebo národ) plnia dvojité úlohu: na jednej strane sú to kategórie politickej a sociálnej praxe a na strane druhej sú to kategórie sociálnej a politickej analýzy (Brubaker a Cooper 2000: 4). Tým pádom neexistuje (a ani nemôže existovať) ich ucelená a jednoznačná definícia, pretože význam daných pojmov závisí predovšetkým na ich *interpretácii* a imaginácii – kto a hlavne čo si pod pojmom národ alebo identita predstaví.¹⁶

Pre potreby tohto článku preto uvádzam všeobecné koncepcie kolektívnej identity využívané konštruktivistami v teoriách medzinárodných vzťahov.¹⁷ Nasledovné definície nie sú vzájomne vylučné:

- Za prvé, identita sa môže vzťahovať k ohraničeniu skupiny a zaoberať sa tým, kto môže a kto nemôže byť považovaný za súčasť skupiny.
- Za druhé, identita môže poukazovať na atribúty typického člena skupiny alebo na vlastnosti a hodnoty typického člena skupiny.
- Za tretie, identita sa môže zaoberať vzťahom kolektívneho aktéra voči iným kolektívnym aktérom.

(Herrmann 2008: 130)

Zaujímavé je, že Bretherton a Vogler zastávajú podobný názor na koncept aktérstva, ktoré je podľa nich „vo významnej miere konštruované súhrou vnútorných politických faktorov a vnemov a očakávaní outsiderov“ (1999: 1). Inak povedané, u konštruktivistov aktérstvo (podobne ako identita) v sebe spája hodnotové prvky a očakávania, a zároveň vzťah k ostatným (ne-členom).

Nadväzujúc na definíciu vyššie, sa obdobne môžeme pýtať, kto môže, a kto nemôže, byť považovaný za medzinárodného aktéra (diskusia o aktérstve EÚ viď úvod), aké má mať daný aktér atribúty a vlastnosti (Sjursen 2006 a jej článok *What kind of power?* a celé špeciálne číslo *Journal of European Public Policy*, Vol. 13, No. 2), a aký je jeho vzťah voči ostatným aktérom (je považovaný za aktéra alebo je opakom aktéra?).¹⁸ Samozrejme aktérstvo nie je totožné s medzinárodnou identitou, ale na základe uvedených podobností budem v tomto článku aj naďalej hovoriť o *identite Európskej únie ako aktéra* medzinárodných vzťahov.

Pri skúmaní toho, aké predstavy o *identite Európskej únie ako aktéra medzinárodných vzťahov* konštruujú politické karikatúry týždenníka *The Economist*, ma budú zaujímať predovšetkým dve veci: predstavy o vlastnostiach EÚ a predstavy o vzťahu k ostatným aktérom MV:

- Aké vlastnosti sú charakteristické pre EÚ ako aktéra MV?
- Je predstava o aktérstve Európskej únie vo výlučnom vzťahu voči predstavám o ostatných štandardných aktéroch MV (v rámci konceptuálneho páru *Self/Other*)?

Na to, aby sme mohli posúdiť spôsob, akým politické karikatúry napomáhajú konštrukcii identity Európskej únie ako aktéra medzinárodnej politiky, je vhodné zdôrazniť tie charakteristiky politických karikatúr, ktoré sa priamo dotýkajú konštrukcie identity: ide predovšetkým o využívanie *symbolov*, *stereotypov* a *personifikácií* spojených s daným aktérom a zveličovanie kontrastov medzi skupinami, ktoré sa dá postihnúť napríklad v rámci konceptuálneho páru *Self/Other*.¹⁹

Personifikácie

Ako píše v úvode svojho článku Alexander Wendt: „povedať, že štáty sú ‚aktéri‘ alebo ‚osoby‘, znamená prisúdiť im vlastnosti spájané predovšetkým s ľudskými bytosťami –

racionalitu, identitu, záujmy, názory. “Aj keď je zrejmé, že štáty, a iné entity, nie sú *skutočnými* osobami, ale iba *rádoby* osobami, nebráni to občanom, médiám ani akademikom, aby štáty systematicky personifikovali (Wendt 2004: 289).²⁰ Politická karikatúra je postavená na priamej *personifikácii* a stereotypizácii aktérov, či už v podobe amerického Strýčka Sama, alebo ruského medveďa. Pomocou symbolických a stereotypných zobrazení karikatúra konštruje a opakovaním zároveň reifikuje význam „sveta“ okolo nás, našej sociálnej reality vrátane identity jej aktérov.

Veľká časť literatúry o európskej identite je zameraná na symboly a hodnoty, postavy a osoby však zostávajú zväčša mimo analýzu. Karikaturisti naopak kreslia *predovšetkým* postavy. Nie je to náhoda. S osobou sa dá stotožniť jednoduchšie ako s kusom látky. Každé spoločenstvo má svojich otcov-zakladateľov, svojich hrdinov, lídrov minulosti a prítomnosti (Anderson 1991; Pugsley 2006; Gordon 2010).²¹ Aj Európa má svojich otcov-zakladateľov: Karola Veľkého (*Charlemagne*) alebo Jacquesa Delorsa. Ak sú USA personifikované Strýčkom Samom, kým je personifikovaná Európska únia v týždenníku *Economist*? A aké kultúrne stereotypy, vlastnosti, hodnoty a klíše sa viažu k európskym personifikáciám? Aké predstavy o identite a aktérstve budujú tieto stereotypy?

Symboly

Symbol je znak alebo iný „zhmotnený element“ určený k „reprezentácii politického alebo sociálneho kolektívu“. Môže ním byť emblém, vlajka, meno, alegória, hymna, alebo akýkoľvek iný znak viažuci sa k národu, štátu, alebo akémukoľvek inému ľudskému kolektívu (Bruter 2005: 75).

Na jednej strane symboly ako napríklad vlajky štátov, mestské dominanty alebo symbolické a rituálne predmety slúžia na *identifikáciu* parodovaného aktéra, miesta alebo osoby karikatúry. Spojené štáty americké tak môžeme celkom ľahko identifikovať podľa vlajky s „hviezdami a pruhmi“, Atény podľa zrúcanín antických chrámov a rektora univerzity podľa talára a žezla.²² Symbolmi však nemusia byť iba neživé objekty. Môžu sa nimi stať aj ľudia, ako napríklad anglická kráľovná, alebo zvieratá (či už skutočné alebo mytické), napríklad tigre alebo draky. Symboly totiž nie sú iba objekty: „*symboly užívané politickými systémami sú vždy vyberané s vierou, že budú prenášať hodnoty a významy, ktoré sú v zhode s „ideou“ komunity*“ (Bruter 2005: 28).

Na strane druhej sú rôzne symboly spojené s rôznymi predstavami, obzvlášť u cieľovej skupiny, pre ktorú sú karikatúry určené. Diskurz, či už verbálny alebo vizuálny, totiž nehovorí iba o existencii alebo absencii subjektu, ale nesie so sebou aj *normatívne hodnotenie*, hovorí o povahe, vlastnostiach a vzťahoch – vkladá subjekt alebo udalosť do kontextu. Takže politické karikatúry, ako súčasť diskurzu, tiež môžeme považovať za akúsi dobovú kroniku názorov a predstáv o politickej udalosti.

Keďže politická karikatúra jednoducho nemá priestor, aby vysvetlovala, „o koho“ sa jedná, identifikuje aktérov karikatúry pomocou symbolov a/alebo stereotypov spojených s daným aktérom. V abstraktnom zmysle, symboly uľahčujú občanom *identifikovať* sa s politickou komunitou bez ohľadu na ich úroveň vzdelania a ich kapacity abstrakcie (Bruter 2005: 77, môj dôraz). Pre potreby tohto článku som využila oficiálnu symboliku Európskej únie²³ k identifikácii politických karikatúr zobrazujúcich EÚ ako aktéra MV.

Stereotypy

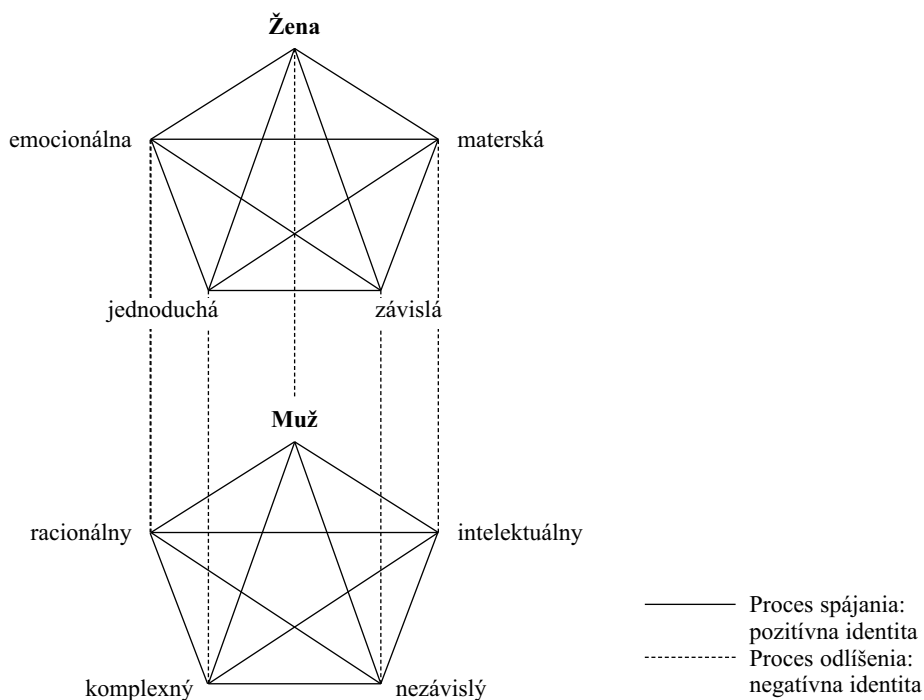
Aby bola karikatúra presvedčivá a oslovila čitateľa, musí sa dotýkať aktuálnej témy a využívať prosté, všeobecne známe „pravdy“ – stereotypy (Greenberg 2002: 188). Význam a stereotyp, ktorý karikatúra vyjadruje, je najlepšie zrozumiteľný pre ľudí žijúcich v špecifických sociálnych, historických, politických, ekonomických a kultúrnych podmienkach (Burke 1962 podľa Greenberga 2002: 183; Mazid 2008; Hansen 2011; Campbell 2004), čiže v špecifickom kontexte.²⁴ Kontext môžeme chápať ako koncentrické kruhy vo viacerých vrstvách: v prvom rade sa jedná o samotný obraz zasadený do textu

reagujúci na aktuálnu udalosť; v druhom rade ide o udalosť v kontexte širších spoločensko-politických zmien (napríklad ekonomická kríza) a v treťom rade ide o samotný kultúrno-spoločensko-hodnotový kontext (napríklad západná civilizácia).²⁵

Tí Druhí

Ďalšou charakteristikou politickej karikatúry, na ktorú sa chcem zamerať, sú vizuálne reprezentácie aktérov (personifikovaných alebo skutočných) a ich vzťah k okoliu a iným aktérom. Postštrukturalistická *textová* diskurzívna analýza nás učí, že *medzinárodná identita* aktérov je okrem samo-konštrukcie konštituovaná aj na základe vylúčenia a odlišenia – to znamená konštrukcie vlastného Ja ako protipólu k Druhému (*Self/Other nexus*) (Neumann 1996, 2006; Campbell 1992; Diez 2004, 2005; Hansen 2006; články orientované na EÚ: Manners – Whitman 1998, 2003; články o konštruovaní EÚ identity pomocou karikatúry: Kösebalaban 2007; Curticepean 2008). Žiadna identita, individuálna alebo kolektívna, neexistuje vo vákuu. Identita, moje Ja, je vždy súčasťou konceptuálneho páru *Ja/Ona*, *My/Oni*, *Self/Other*. Táto dialektická dvojica umožňuje jedinom aj skupinám „vzájomné rozpoznanie“ (Hegel 1977: 112, citované podľa Neumanna 1996: 141). Artikulácia kolektívnej identity je teda vždy kontinuálny proces pozostávajúci z produkcie a reprodukcie vlastného Ja a zároveň vylúčenia a odlišenia sa od ostatných ne-členov skupiny. Lene Hansen hovorí o súbežných procesoch takzvaného spájania a odlišenia (*linking and differentiation*): pozitívneho vytvárania identity pomocou *spájania* jednotlivých charakteristík do zmysluplného celku a negatívneho vytvárania identity za pomoci *radikálneho odlišenia* sa od toho Druhého. Vznikajú tak teoretické konceptuálne dvojice výlučných identít, napríklad: muž/žena, beloch/černochoch atď. (Hansen 2006: 19–21) – viď obrázok č. 1.

Obrázok č. 1.
Spájanie a odlišenie



Zdroj: Hansen, Lene (2006): *Security as Practice: Discourse Analysis and the Bosnian War*. London: Routledge, s. 20.

Politické karikatúry využívajú a zveličujú rôzne charakteristiky: stereotypne personifikujú vlastnosti ľudí a celých kolektívov, využívajú spoločenské, rasové, náboženské a politické predsudky, symboly, hyperboly až urážky a kontrasty, pomocou ktorých lepšie vyniká rozdiel medzi „nami“ a „nimi“, Západom a Východom, centrom a perifériou, civilizáciou a stredovekom. Už od stredoveku slúžili „tí Druhí“ Európe ako zrkadlo, v ktorom pomocou stereotypov a *xenostereotypov* človek mohol Európu občas uvidieť (Stráth 2002: 393, Neumann 1996, 1999). Vyobrazením Druhého nadobúda naše Ja jasnejšie kontúry a zároveň sa vytvára predstava o vzťahu k Druhému. Pre európsku identitu a hlavne pre identitu Európskej únie ako aktéra medzinárodnej politiky sú vzťahy s „tými Druhými“ určujúce.

Postštrukturalistický prístup priamo predpokladá, že identity sú tvorené odlišovaním sa (*othering*) a artikulovaním rozdielov (Diez 2004, 2005; Neumann 1996; Manners – Whithman 1998, 2003; Hansen 2006; Kösebalaban 2007). Postštrukturalistická diskurzívna analýza je preto zameraná práve na odhaľovanie takýchto konštitutívnych a výlučných praktík obsiahnutých v reči a jazyku, a ako som argumentovala vyššie, aj v obrazoch a vizuálnych reprezentáciách.

Teoretický koncept *My/Oni (Self/Other)* vo vzťahu Európskej únie k ostatným hráčom nie je v prípade tohto článku daný, ale testovaný! Namiesto implicitného predpokladu, že európska identita charakterizovaná istými symbolmi, stereotypmi, vlastnosťami a charakteristikami je protikladom povedzme k americkej identite, je mojím cieľom zistiť, či je tomu naozaj tak.

Ak by bola identita Európskej únie ako aktéra medzinárodných vzťahov odlišná od identity kolektívneho Druhého – definovaného súhrnom stereotypných vlastností charakteristických pre štandardných aktérov MV, tj. takých, ktorých aktérstvo nie je spochybňované –, vypovedalo by to o neštandardnej povahe aktérstva Európskej únie. Podporuje *The Economist* predstavy o *sui generis* povahe Európskej únie ako aktéra medzinárodných vzťahov?

Dáta: Karikatúry EÚ v týždenníku *Economist*

Kým väčšina odborných článkov sa zaoberá aktívnou konštrukciou európskej identity (t.j. európskymi orgánmi a inštitúciami a jednotlivcami podieľajúcimi sa na budovaní diskurzu európskej identity), alebo sa venujú konštrukcii vlastného Ja (*Self*) v kontraste voči Druhému (*Other*), Natalia Chaban et. al. argumentujú, že je dôležité zaoberať sa aj tým, ako Druhí (*Others*) vnímajú Európsku úniu (2006). Dôvody sú nasledovné, predstavy Druhých:

- sú zdrojom poznatkov, ako úspešne/neúspešne sa podarilo uviesť ciele zahraničnej politiky do praxe – slúžia ako feedback;
- názory ostatných napomáhajú formovať rolu a identitu EÚ – zahraničná politika je do istej miery reakciou na očakávanie ostatných;
- očakávania ostatných priamo ovplyvňujú „výkon“ EÚ v medzinárodných vzťahoch – napríklad potvrdením legitimacy zahraničnej politiky.

(Chaban et. al. 2006: 247–248)

V prípade tohto článku predstavuje pohľad Druhých na zahraničnú politiku nielen Európskej únie, ale aj ostatných hráčov medzinárodnej politiky týždenník *The Economist*.²⁶ Takže nepôjde o klasický výskum konštrukcie identity na základe vylúčenia, pretože študovaný diskurz politických karikatúr nie je Európe vlastný, ale je vytváraný treťou stranou²⁷ – médiami. Je hneď niekoľko dôvodov, prečo som ako zdroj karikatúr zvolila *Economist*:

- *The Economist* sa dlhodobo zameriava na zahraničnú politiku, medzinárodné vzťahy a globálnu ekonomiku – všima si aj aktivity Európskej únie.

- Na rozdiel od iných zahranično-politických časopisov ako *Foreign Policy* alebo *Spiegel* obsahuje politické karikatúry a digitálne manipulácie.
- Aj napriek tomu, že má čitateľov po celom svete, týždenník komentuje udalosti zo západnej perspektívy (hlavné sídlo redakcie je Londýn) a väčšina predplatiteľov žije v Spojených štátoch alebo Veľkej Británii.
- Obsahuje pravidelný stĺpček s karikatúrou *Charlemagne*. Použitie pseudonymu umožňuje autorovi *Charlemagne* vyjadriť názory bez obáv o možné dôsledky.
- Politické karikatúry v národných denníkoch neposkytujú dostatočný materiál – denná tlač totiž skoro úplne ignoruje zahranično-politickú agendu Európskej únie.²⁸

Pre potreby tohoto článku boli použité politické karikatúry z *Economistu* zozbierané od januára roku 2008 až po druhé májové vydanie v roku 2011, spolu celkom 173 čísiel, pokrývajúcich témy ako celosvetová ekonomická kríza, ruská okupácia Gruzínska, schválenie Lisabonskej zmluvy a nových zastupiteľov EÚ alebo revolúcie na severe Afriky. Časový rámec je definovaný obdobím *pred* prijatím a *po* prijatí Lisabonskej zmluvy²⁹ a zmien, ktoré priniesla pre zahraničnú politiku EÚ.

Pri zbere obrazového materiálu som sa neobmedzila len na stĺpček *Charlemagne*, ale na celé vydanie vrátane titulnej strany a ostatných rubrik. Celkovo som do analýzy zaradila 120 obrázkov, kresieb a obrazových manipulácií týkajúcich sa zahraničnej politiky EÚ, vzorke samozrejme dominujú politické karikatúry. Do analýzy boli vybrané kresby zobrazujúce EÚ ako aktéra medzinárodných vzťahov a karikatúry, ktoré sa týkajú domácej európskej politiky s presahom na medzinárodnú úroveň (voľba prezidenta a vysokého predstaviteľa pre zahraničnú politiku alebo eurozóna na svetových finančných trhoch). Naopak z analýzy vypadli obrázky týkajúce sa vnútroeurópskych záležitostí (poľnohospodárska politika alebo boje o mocenské pozície medzi členskými štátmi). V prípadoch, v ktorých z obrázku nebolo na prvý pohľad poznať, či patrí do kategórie zahraničnej politiky EÚ alebo nie, som sa riadila doprovdným textom.³⁰ Fotografie do tejto analýzy zahrnuté nie sú.

V prvom kroku analýzy sa primárne zameriam na personifikácie a postavy (identifikované európskymi symbolmi) stelesňujúce Európsku úniu a *budem interpretovať vlastnosti a stereotypy viažuce sa k tým ktorým personifikáciám*. V druhom kroku analýzy identifikujem personifikácie ostatných hráčov zobrazených vo vybranej vzorke a *budem interpretovať a generalizovať vlastnosti a stereotypy s nimi spojené*.

V treťom kroku porovnam zistené vlastnosti a stereotypy Európskej únie voči zisteným vlastnostiam a stereotypom ostatných aktérov – tzv. kolektívneho Druhého –, ak budú tvoriť výlučnú konceptuálnu dvojicu *Self/Other*, tak je dôvod sa domnievať, že karikatúry *Economistu* podporujú predstavy o zvláštnom postavení EÚ medzi ostatnými aktérmi.³¹ Ak tomu tak nie je, tak sa bude dať povedať, že predstavy *Economistu* o EÚ sa zhodujú s predstavami o iných aktéroch – inými slovami, že *Economist* považuje EÚ za normálneho akéra MV.

VÝSLEDKY: IDENTITA EURÓPSKEJ ÚNIE AKO AKTÉRA MEDZINÁRODNÝCH VZŤAHOV

„Všetky národy sú pomyselné (imagined) (Anderson 1991), a aj keď Európa nie je ‚národom‘ v tradičom zmysle slova, stále je tým druhom politickej identity, ktorá presahuje bezprostredný kontakt, a tým pádom tiež potrebuje vytváranie predstáv“ (Diez 2004: 320).³² Aké predstavy o Európskej únii ako aktérovi medzinárodných vzťahov konštruujú politické karikatúry týždenníka *The Economist*? Na základe prieskumu 120 karikatúr som dospela k týmto záverom:

Krok prvý: predstavy o EÚ

V prvej fáze výskumu ma zaujímalo, s akými symbolmi je stotožňovaná Európska únia a aké sú jej personifikácie. Európska únia je jasne identifikovaná symbolmi zlatých

hviezd na modrom pozadí. V 85 prípadoch bola Európska únia, alebo jej reprezentanti, jasne identifikovaní európskou vlajkou alebo inými kombináciami hviezd a modrej. Ďalšími znakmi identifikujúcimi EÚ sú tiež symboly € (vo vzorke sa objavil 9×), písomná skratka „EU“ alebo rôzne dominanty európskych miest (napríklad parížska Eiffelova veža, londýnsky Big Ben, berlínska Brandenburská brána a samozrejme Atómium v Bruseli).

Čo sa týka personifikácií EÚ a s nimi spojených vlastností a stereotypov, dostávame sa k rozporupľejším výsledkom. Európska únia má v politických karikatúrach nasledovné tri komplexné personifikácie:

Za *prvé*, Európska únia je najčastejšie reprezentovaná a identifikovaná s predstaviteľmi členských štátov a/alebo s jej vlastnými predstaviteľmi. Celkovo v 41 prípadoch. Ak sa však pozrieme bližšie na to, kto vlastne reprezentuje EÚ, aká osoba je stotožňovaná s vystupovaním Európskej únie na medzinárodnej scéne, zistíme, že sa jedná o veľmi heterogénnu skupinu ľudí. V politických karikatúrach EÚ najčastejšie zastupujú *francúzsky* prezident Nicolas Sarkozy a *nemecká* kancelárka Angela Merkelová. Sarkozy sa v skúmanom období v priamej súvislosti s EÚ objavil celkom 11×, kancelárka Merkelová 7×. Európski zástupci, vysoká predstaviteľka únie pre zahraničné záležitosti a bezpečnostnú politiku Catherine Ashtonová alebo prezident Európskej rady Herman Van Rompuy dokopy vystupujú za EÚ iba v 10 prípadoch, čo je menej ako francúzsky prezident Sarkozy sám. Podiel na tomto stave má iste aj skutočnosť, že predstavitelia EÚ boli menovaní zástupcami únie až 19. 10. 2009 (mandát im začal až 1. 12. 2009).

Európsku úniu vizuálne reprezentuje ešte ďalších šesť ľudí: Silvio Berlusconi, José Barroso, Viktor Orbán, Tony Blair a ďalší (viď tabuľku č. 1), ale ani postava oficiálneho predstaviteľa EÚ, prezidenta Európskej komisie Josého Barrosa, nie je využívaná často.

Tabuľka č. 1

Personifikácie EÚ vládnymi činiteľmi zoradené podľa počtu vyobrazení

Meno	Počet vyobrazení
Nicolas Sarkozy (FR)	11
Angela Merkelová (GER)	7
Catherine Ashtonová (EU)	5
Herman Van Rompuy (EU)	5
Tony Blair (UK)	3
Gordon Brown (UK)	3
José Barroso (EU)	2
Silvio Berlusconi (IT)	2
David Cameron (UK)	2
Viktor Orbán (HU)	1

Naopak častá prítomnosť francúzskeho prezidenta a nemeckej kancelárky medzi riadkami naznačujú situáciu, ktorá nie je v oficiálnom diskurze EÚ politicky korektná. Ich časté vyobrazenie v úlohe zástupiteľov EÚ totiž implikuje, že európsku zahraničnú politiku „robia“ hlavne Francúzi a Nemci a nie európske inštitúcie.

V konečnom dôsledku nie je dôležité, prečo tomu tak je, dôležitý je iba fakt, že predstavitelia veľkých členských štátov predstavujú EÚ aj navonok, na rozdiel od štátov malých, a majú náskok aj pred oficiálnymi reprezentatmi Európskej únie (napríklad Javier

Solana sa v skúmanom období v žiadnej karikatúre neobjavil, aj keď mu funkčné obdobie Vysokého predstaviteľa stále trvalo, a predseda Európskej komisie Barroso sa objavil za tri a pol roka len dva krát). Reprezentácia Európskej únie viacerými predstaviteľmi národných štátov³³ môže mať za dôsledok situáciu, v ktorej nie je jasné, kto vlastne zastupuje záujmy EÚ: veľké členské štáty, alebo inštitúcie EÚ?

V situácii, v ktorej vizuálnym reprezentáciám dominujú národní predstavitelia pred európskymi zástupiteľmi, je veľmi ťažké jasne identifikovať európskeho lídra, pretože ani jeden z nich nie je (jediným) nositeľom európskej identity. Túto situáciu dobre ilustruje karikatúra s nadpisom „*V čo Európania dúfajú po amerických voľbách*“³⁴ (The Economist 2008h: 40, Obrazová príloha č. 7).³⁵ Americký Air Force One totiž víta iba (západná) časť Európanov – Gordon Bown, Nicolas Sarkozy a Angela Merkelová. Inými slovami predstava *Economistu* je taká, že ak chce niekto zo zahraničia riešiť problém s Európou/Európskou úniou, urobí lepšie, ak osloví veľké členské štáty než inštitúcie EÚ. Ďalšia karikatúra názorne ukazuje, prečo tomu tak je: sú to totiž Francúzi a Nemci, dva národy, ktoré sa pohrávajú s úniou (The Economist 2009e: 33, OP12).

Druhou najčastejšou personifikáciou Európskej únie v medzinárodnej politike je postava muža v obleku s kufrikom (The Economist 2008f: 40, OP5).³⁶ EÚ bola v celých 27 prípadoch personifikovaná týmto neznámym mužom (jeho tvár nepatrí žiadnemu národnému alebo európskemu politikovi) v ďalších siedmich prípadoch EÚ reprezentoval celý dav anonymných osôb (The Economist 2008e: 33, OP4). Celkovo bola EÚ personifikovaná ako muž v obleku a/alebo dav neznámych osôb v 34 prípadoch.

Význam muža s kufrikom spočíva v jeho *bezvýznamnosti*. Táto postava evokuje klasický kancelársky stereotyp: šedivý,³⁷ nešpecifický, bezmenný³⁸ človečik v obleku by mohol patriť ku ktorémukoľvek štátu alebo firme, byť kolieskom v stroji ktorejkoľvek medzinárodnej organizácie. Jediná vec, ktorá ho identifikuje ako Európana, je kufrik alebo kravata s hviezdami EÚ. Muž v sivom obleku pripomína príklad z knihy Benedicta Andersona (1991) o pomníkoch vojakov bez mena: bezmenné hrobky padlých vojakov môžu byť privlastnené a oslavované prakticky ktorýmkoľvek národom. EÚ, reprezentovaná mužom v obleku, je podobným pešiakom na poli politiky, ale na rozdiel od pomníkov vojakov, čo „padlí za vlasť“, EÚ, reprezentovaná mužom v obleku, zostáva aj naďalej len anonymným pešiakom bez vlastnej identity.

Muž v obleku totiž nie je žiadna ikona. V predstavách *Economistu* je často zobrazovaný ako *naivný*: na obrázku muž s kufrikom prezentuje hadiu masť ako všeliak na svetové problémy (The Economist 2008a: 30, OP1), na inom obrázku zasa muž v obleku bestarostne potľapkáva zviera, ktoré je z polovice drakom a z polovice medveďom. V iných prípadoch je muž s kufrikom vyobrazený ako *bezradný* (The Economist 2008g: 34, OP6), na obrovské množstvo emisií, ktoré EÚ produkuje, iba bezradne krčí plecami. Tiež je často vyobrazený ako *starý* až vyslovene *zastaralý* človek, čo sa nevie držať moderných trendov. Napríklad z obrázku (The Economist 2008i: 38, OP8) bije do očí predstava o vysokom veku a chatrnosti: rozhľadnu, na ktorej muž v obleku stojí, nahľadal čas, je zvetraná a labilná a aj sám muž v obleku je obrastený pavučinou, ktorá naznačuje, že je v danej polohe zakonzervovaný už dlhú dobu. V inom prípade (The Economist 2009g: 36, OP14) je Európan dokonca nakreslený v cylindri a fraku – obleku 19. storočia – s pohľadom upreným na zapadajúce slnko orámované hviezdami EÚ. V tomto prípade vyjadruje *The Economist* predstavu o Európe ako o zastaralom až „vyhynutom druhu“: v dnešných uliciach už nie je možné podobné oblečenie vidieť, vyšlo už dávno z módy. Zapadajúce slnko obraz už len dotvára metaforickým koncom dňa, koncom aktivity, nastávajúcou dobou útlmu. Vlastne na väčšine karikatúr je muž v obleku vyobrazený ako postarší pán, s ustupujúcimi vlasmi a okuliarmi. Plešatosť ani dioptrie nie sú bežne znakom mladosti a vitality, ale skôr symbolom vyššieho veku a zhoršujúceho sa zraku.

Muž v obleku personifikujúci EÚ vyvoláva predstavy o Európskej únii ako o skostnateľom, naivnom a zastaralom hráčovi medzinárodných vzťahov. Ak politická karikatúra

nastavuje zrkadlo problémom a zveličuje vlastnosti parodovaných aktérov, tak – aspoň podľa karikatúr *Economistu* – problémom a zároveň charakteristikou EÚ na medzinárodnej scéne je zastaralosť a naivný prístup k problémom.

Treťou a poslednou významnou personifikáciou Európskej únie je *žena*. V tomto prípade sa nejedná ani o kancelárku Merkelovú, ani o barónku Ashtonovú, ale iba o *ženskú personifikáciu* Európskej únie. Európa/Európska únia ale nie je žiadna spanilá fénická princezná, je vizualizovaná skôr ako nie príliš priťažlivá „žena v rokoch“ (The Economist 2009f: 36, OP13). V skúmanej vzorke sa *tá* Európska únia nachádzala celkom 12×.

K ženám sa v dnešnej dobe (aj napriek formálnej rodovej rovnosti s mužmi) viaže hneď niekoľko vlastností a stereotypov: kým s mužmi je spojená sila, rozhodnosť, aktivita a agresivita, so ženami je spájaná skôr fyzická slabosť, podriadenosť rozhodnutiam iných a pasivita. Tieto stereotypy sa premietajú aj do predstáv *Economistu*. Európa-žena je iba v jedinej karikatúre *Economistu* vykreslená aktívne (The Economist 2009a: 38, OP9). Európa-žena poctivo pumpuje na drezine a je vlastne „motorom jednotného trhu“, ale ako vidno z obrázku, v tomto prípade aktivita Európskej únie je skôr kontraproduktívna: pohyb vpred znamená iba skorší koniec pod kolesami proti-idúceho vlaku. V ostatných prípadoch je personifikácia-žena zobrazovaná už len v *pasívnej* roli: miesto pomoci človeku v núdzi – pravdepodobne povstalcovi arabskej jari – Európa-žena spoza plota iba zamyslenie prihliada, čo sa to deje (The Economist 2011c: 34, OP18). Na ďalšom obrázku EÚ-žena v roli pacientky iba odovzdane prijíma medicínu na ekonomickú krízu od iných (mužov) (The Economist 2011b: 71, OP17).

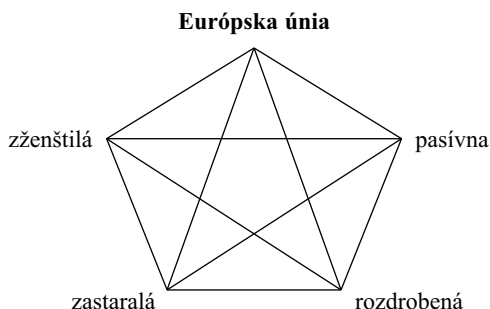
Na ďalších obrázkoch je žena-Európa vykreslená ako *nerozhodná* a *váhavá*, nevie sa zorientovať v politike a vlastných prioritách: na obrázku stojí žena v modrých šatách s hviezdami a neisto pozerá na monumenty demokracie a diktatúry nevediac, ktorým smerom sa vydať (The Economist 2011a: 36). Koniec-koncov ani na domácej pôde nie je Európa-žena rozhodnejšia: na obrázku vidíme ženu v modrých šatách s hviezdami a s kufrikom v ruke, stratenú v labyrinte chodieb a kancelárií európskych inštitúcií (The Economist 2008d: 38). Predstava *Economistu* o Európskej únii dokonca klesá tak hlboko, že je EÚ vyobrazená ako žena v domácnosti, ktorej úlohou je akurát tak vyprať špinavé prádlo na dvorku a nie miešať sa do vysokej politiky a medzi-susedských vzťahov (The Economist 2009f: 36, OP13). V tejto predstave je EÚ úplne vytlačená z verejného priestoru do súkromnej až intímnej oblasti, tj. do pozície niekoho, kto nechce (alebo nemôže) hrať verejnú rolu – tj. nemôže byť serióznym aktérom MV.

Ak už *Economist* vykreslí EÚ aktívne, väčšinou ide o mužské personifikácie.³⁹ Fakt, že *Economist* personifikuje Európsku úniu do ženskej podoby, posilňuje predstavy o Európskej únii ako o slabom, pasívnom, nerozhodnom a zženštilom aktérovi.⁴⁰

Vizuálna reprezentácia EÚ tvorená mixom národných a európskych politikov a dvoch ďalších personifikácií (mužskej a ženskej) naznačuje nejednotu a rozdrobenosť vrcholnej politickej reprezentácie EÚ. Medzinárodná identita EÚ je raz francúzska, raz nemecká, v iných prípadoch je zas spojená s inštitúciami. Skutočnosť, že sa medzi sebou striedajú na čele oficiálni predstavitelia EÚ s politikmi, ktorí boli zvolení do národného úradu členského štátu (a teda nemajú priamo mandát hovoriť „za Európu“), konštruuje obraz nedoriešených vnútorných kompetencií a slabosti európskych inštitúcií (európski zástupelia sú zobrazovaní menej často ako národní). Význam takejto heterogénnej reprezentácie sa dá interpretovať tak, že v predstavách *Economistu* je identita Európskej únie ako aktéra MV prinajmenšom *nejednotná* až *rozdrobená* medzi rôzne úrovne vládnutia. Skrátka EÚ nemá jednotné zastúpenie.

Pozitívna konštrukcia európskej identity ako aktéra MV na základe preskúmaných politických karikatúr ukazuje (viď obrázok č. 2), že Európska únia v medzinárodnej politike je v predstavách *Economistu* charakterizovaná *rozdrobenosťou* politického vedenia, kedy sa vo vedení tlačia aj národní politici, aj zástupelia európskych inštitúcií bez toho, aby bolo jasne ukázané, kto hovorí za Európu. Personifikácie EÚ, či už sa

Obrázok č. 2.
Pozitívna identita Európskej únie v politických karikatúrach:
proces spájania zistených charakteristík



jedná o muža v sivom obleku s kufrikom, alebo európske ženské *alter ego*, sú v drvivej väčšine situácií *pasívne* – nečinne sa prizerajú daniu okolo seba, sú neschopní rozhodnutia, naivní, bezradní. Navyše, ani muž ani žena nie sú najmladší, nesršia aktivitou, skôr by sa dalo o nich povedať, že sú postarší až *zastaralí*. Nevýrazný, naivný muž v obleku a časté personifikácie ženou prezrádzajú akýsi ženský prvok v identite EÚ. V prenesenom význame by sa dalo povedať, že karikatúry konštruujú Európsku úniu ako *zženštilú*.

Krok druhý: predstavy o Druhom

Ako vyzerajú ostatní aktéri medzinárodných vzťahov? Aké sú predstavy *Economistu* o klasických aktéroch MV – Spojených štátoch amerických, Rusku alebo Číne? A aké stereotypy a vlastnosti sa k nim viažu?

V *prvom rade* som sa zamerala na reprezentáciu ostatných aktérov v danej vzorke karikatúr. Zisťovala som predovšetkým kto – aká osoba/osoby – zastupuje ostatných aktérov v politických karikatúrach.

V danej vzorke karikatúr sú USA najčastejšie stelesňované úradujúcim americkým prezidentom.⁴¹ Čo sa týka ostatných aktérov, Čína nie je viditeľne reprezentovaná žiadnym oficiálne zvoleným zastupiteľom (viď nižšie), ale podobne ako EÚ iba anonymným súdruhom v uniforme čínskej komunistickej strany. Ostatní aktéri, ktorí sa dostali do skúmanej vzorky, sú reprezentovaní hlavami štátov, konkrétne sa to týka lýbijskeho generála Kaddáfího a súčasného ruského premiéra Vladimíra Putina. V jedinom prípade interakcie EÚ s neštátnym aktérom – firmou – je Microsoft personifikovaný obrom (The Economist 2008c: 8, OP3).

Z pozorovania vizualizovanej politickej reprezentácie vyplýva, že ostatní štandardní aktéri MV – kolektívny Druhý – majú skôr kompaktné než rozdrobené politické zastúpenie. Predstaviteľmi sú zväčša hlavy štátov a premiéri, iné postavy za tú-ktorú krajinu nevystupujú. Vo vedení je len jeden človek – líder –, a tak nemôžu vznikať pochybnosti o tom, kto danú krajinu zastupuje navonok. Ostatní aktéri s jediným parodovaným lídrom tak pôsobia *homogénnejšie a jednotnejšie* než mnohohlavá reprezentácia EÚ.

V *druhom rade*, aj ostatní medzinárodní aktéri majú popri karikatúrach politikov aj rôzne iné personifikácie. Pozrime sa na ne a na vlastnosti a stereotypy, ktoré sa k nim viažu.

Napríklad Rusko je vo vybranej vzorke stereotypne personifikované hnedým medveďom (The Economist 2008f: 40, OP5; The Economist 2008i: 38, OP8). Predstava Ruska ako medveďa má hneď niekoľko významov: Rusko je obrovská krajina, nápodobne aj medveď je jedno z najväčších zvierat žijúcich na tomto území. Medveď tiež veľmi často v detských príbehoch vystupuje ako kráľ zvierat – *dominuje* ostatným podobne ako Ruská federácia ovláda svoje územia a dlho ovládala aj východnú Európu. S medveďom sa

spája síce ťarbavosť, ale na druhej strane aj obrovská sila a krvilačnosť. Medveď je koniec-koncov mäsožravá dravá šelma. Personifikácia Ruska medveďom konštruuje predstavy o identite Ruska ako veľkej a silnej krajiny s mocenskými ambíciami, ktorá zo svojho postavenia na vrchole potravinového rebríčka má moc zastrašiť ostatných.

Taktiež Čína je personifikovaná zvieratom, konkrétne mýtickým drakom. Ako medveďom tak aj drakom je prisudzovaná sila. Draci, mýtické tvory, majú navyše v ľudských predstavách nadprirodzené schopnosti a zázračné vlastnosti. Na druhej strane aj draci predstavujú ľudozravé príšery. Aj keď je drak mýtickou personifikáciou, je jasne prepojený s čínskou kultúrou a folklórom. Predstava Číny ako draka evokuje dravosť a zázračné schopnosti, čo sú tiež veľmi vhodné vlastnosti pre svetovú mocnosť.

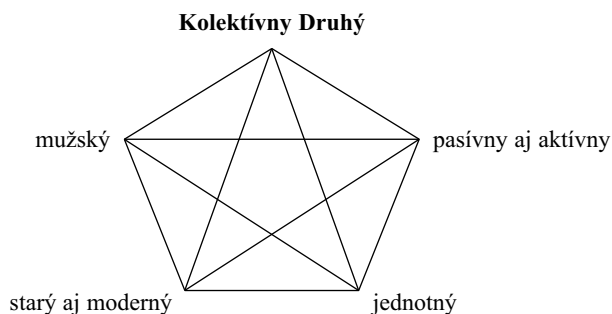
Spojené štáty americké síce nie sú personifikované mýtickým ani iným zvieratom, ale ich stabilnou personifikáciou je od konca 19. storočia Strýčko Sam – zvyčajne postarší pán s briadkou oblečený v národných farbách pripomínajúcich vlajku (Relin 1996). Hviezdy a pruhy na jeho oblečení vyjadrujú patriotizmus (náborové plagáty s motívom Strýčka Sama boli koniec-koncov využité počas druhej svetovej vojny). Strýčko Sam má na rozdiel od predchádzajúcich zvieracích personifikácií rozsah vlastností bližší ľudom, môže byť chudákom žobrákom (The Economist 2008b: 31, OP2) alebo autoritatívnou silou (The Economist 2010a: 31, OP15). Personifikácia USA do Strýčka Sama konštruje americkú identitu ako blízku ľudom, patriotickú, niekedy silnú, inokedy slabú. Strýčko Sam je ale v každom prípade postava, s ktorou sa dá stotožniť (na rozdiel od anonymného muža v obleku z Bruselu).

Po tretie, až na jednu jedinú výnimku (The Economist 2009b: 33, OP10) sú všetci ostatní aktéri vyobrazení v sledovaných karikatúrach *mužského pohlavia*. Vyobrazenie Číny anonymným súdruhom tiež spadá do mužskej kategórie (The Economist 2010b: 38, OP16). A aj so zvieracími personifikáciami sa spájajú typicky mužské a mužné vlastnosti ako sila, energickosť, agresivita, aktivita a odhodlanie.

Čo sa týka aktivity/pasivity ostatných aktérov, tak sa nedá s určitosťou tvrdiť, či sú ostatní aktéri prevažne aktívni alebo prevažne pasívni. Pomer ich aktivity a pasivity vychádza zhruba narovnať. Avšak *iná* charakteristika sa objavuje signifikantne často: veľkosť ostatných aktérov vzhľadom k Európskej únii.

Kresbou sa totiž dajú vyjadriť rôzne mocenské vzťahy: vykresľovanie dvojice aktérov, v ktorej je jeden z aktérov výrazne väčší ako druhý, má význam pri konštrukcii nerovného mocenského vzťahu až konštrukcie identity menšieho ako insignifikantného a väčšieho ako dôležitého, mocného (The Economist 2008f: 40, OP5).

Obrázok č. 3.
Pozitívna identita kolektívneho Druhého v politických karikatúrach:
proces spájania zistených charakteristík



Kolektívny Druhý (viď obrázok č. 3), pozostávajúci z generalizovanej reprezentácie ostatných štátnych aktérov vo vzorke karikatúr, je charakterizovaný *jednotným* vedením –

úzko limitovaným počtom predstaviteľov. Typicky je vysoká politická reprezentácia identifikovaná s osobou prezidenta alebo premiéra. Čo sa týka ďalších personifikácií, oblúbené sú mocné zvery ako medveď, drak alebo ľudia – Strýčko Sam. Spoločné majú stereotypne mužské vlastnosti, silu, rozhodnosť, dominanciu, dalo by sa teda povedať, že prvkom identity kolektívneho Druhého je *mužský* princíp.

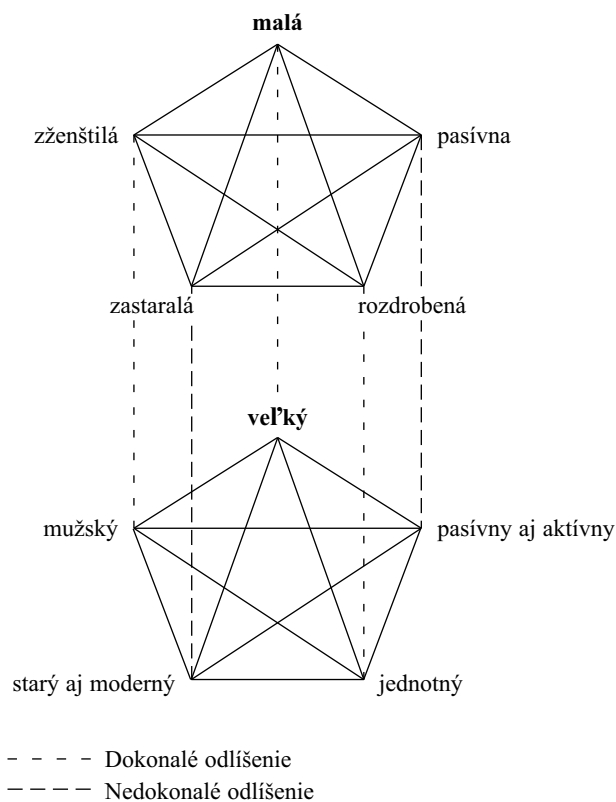
Ďalšie dve charakteristické črty konštrukcie identity Druhého nie sú až tak prominentné. Nedá sa s istotou generalizovať, či je kolektívny Druhý *moderný*, alebo *zastaralý*, *aktívny*, alebo *pasívny*, pretože v skúmanej vzorke sa síce našli prvky všetkých štyroch charakteristík, ale žiadna z nich nebola dominantná. Možno podrobnejším skúmaním konkrétneho Druhého (napríklad USA alebo Číny) by sme dospeli k iným výsledkom, v tomto prípade to cieľom nebolo.

Krok tretí: porovnanie predstáv Economistu o Európskej únii a kolektívnom Druhom

Aký je vzťah medzi predstavami *Economistu* o EÚ a predstavami o ostatných aktéroch? Predstavujú (*imagine*) si karikaturisti Európsku úniu ako rovnocenného partnera ostatných štátov?

Porovnanie karikatúr Európskej únie s karikatúrami ostatných aktérov medzinárodných vzťahov vyobrazených v sledovanej vzorke nie je tak jednoznačne odlišné, ako tvrdí akademický diskurz o aktérstve EÚ, ktorý v podstate tiež konštruje *odlišnú kvalitu* európskeho aktérstva.⁴² Ak sa pozrieme podrobnejšie na vizuálnu reprezentáciu Európskej únie

Obrázok č. 4
Porovnanie konštrukcií identít Európskej únie s kolektívnym Druhým



a ostatných aktérov, *nedá sa s určitosťou tvrdiť, že by Európska únia predstavovala protipól k štandardnému aktérstvu*. Identita Európskej únie ako aktéra medzinárodných vzťahov je v predstavách karikatúr týždenníka *The Economist* stereotypne znázorňovaná ako rozdrobená, zastaralá, niekedy zženštilá a často pasívna. Ostatní aktéri v skúmanej vzorke – kolektívny Druhý – majú na rozdiel od EÚ jednotnú politickú reprezentáciu, najčastejšie prezidenta, ďalšie personifikácie sú mužské a/alebo zvieracie, evokujúce silu a moc. Tu rozdiely ale končia, pretože sa o kolektívnom Druhom nedá povedať, že by bol aktívnejší v medzinárodných vzťahoch ako Európska únia, ani že by bol menej zastaralý.

Ako vidno z obrázku č. 4, v dvoch charakteristikách nie sú identity Európskej únie a kolektívneho Druhého – hráča netripiacieho problémom aktérstva – dokonale odlišné. Ale poďme po poradi:

Ak chceme porovnať vizuálnu reprezentáciu EÚ a ostatných aktérov – kolektívneho Druhého –, tak zistíme, že Európska únia je zosobnená veľkým množstvom postáv a personifikácií. Ostatní aktéri majú každý jedného oficiálneho predstaviteľa, kdežto Európsku úniu v karikatúrach personifikuje zástup 10 politikov na národnej aj európskej úrovni. Takáto prezentácia značí *nejednoznačné politické vedenie*, rozdrobené medzi západné členské štáty a európske inštitúcie na rozdiel od *jednotnej* reprezentácie ostatných aktérov – tento protiklad predstavuje *dokonalé odlišenie* od kolektívneho Druhého zo strany EÚ.

Personifikácie Európskej únie – muž v obleku s kufríkom a ženské *alter ego* EÚ – na rozdiel od ruského medveďa, čínskeho draka alebo aj Strýčka Sama nevyvolávajú *predstavu* silného a autoritatívneho aktéra. Muž v obleku nie je hrdým ani impozantným reprezentantom EÚ, nie sú s ním spojené žiadne bájne vlastnosti, nejde z neho strach ani autorita. V tomto smere EÚ chýba niečo zo starobylosti a hrdosti ostatných štátnych aktérov. Muža v obleku, podobne ako čínskeho súdruha (*The Economist* 2010b: 38, OP16), charakterizuje anonymita a bezvýznamnosť.

V porovnaní s vizuálnymi reprezentáciami Druhých pôsobí muž v obleku skôr komickým dojmom. Z obrázku (*The Economist* 2008e: 33, OP4) je zrejmé, že ani dav „kravaťákov“ si nievie rady s jedným ruským medveďom. Európska únia tak diskredituje samú seba nekonečnými hádkami o maličkostiach⁴³ a ruský medveď nemusí ani prstom pohnúť, predstava totiž je, že Európania sa vnútornými spormi sabotujú aj sami. Vnútorné spory a nejasné vedenie odrážajú neschopnosť Európskej únie vykonávať aktívnu zahraničnú politiku, tým pádom karikatúram dominuje *pasivita* zo strany EÚ. Na obrázku (*The Economist* 2008g: 34, OP6) muž iba krčí ramenami nad problémom (*The Economist* 2008f: 40, OP5); muž v obleku je iba hračkou v rukách silnejších aktérov; žena-Európa iba čaká na pomoc ostatných (*The Economist* 2011b: 71, OP17).

Iba v jednom jedinom prípade z celej vzorky vystupuje muž v obleku ako aktívna a autoritatívna postava: a to voči Microsoftu (*The Economist* 2008c: 8, OP3). Nadnárodný gigant sa pred nahnevaným mužom krčí, a výraz tváre muža v obleku naznačuje rozhodnosť. Ak si však lepšie uvedomíme kontext, tak Európska únia personifikovaná mužom v obleku autoritatívne jedná s firmou, nie s iným štátom (klasickým aktérom MV), čiže nejedná so seberovným.

Ak však prehodnotíme karikatúry kolektívneho Druhého, zistíme, že nepredstavuje v prípade *pasivity/aktivity*, ako čiastkovej zložky identity, protipól k EÚ. Nie všetky zobrazovania ostatných aktérov sú totiž nutne aktívne. Napríklad na už spomínanom obrázku Strýčko Sam nečinne žobre peniaze do klobúka, spoliehajú na pomoc druhých (*The Economist* 2008b: 31, OP2), ruský medveď v šachovej partii s EÚ nemusí ani labou pohnúť (*The Economist* 2008e: 33, OP4). Takže sa nedá celkom povedať, že by sa predstavy o pasívnej Európskej únii dokonale odlišovali od predstáv o ostatných aktéroch.

Čo sa týka ženskej personifikácie Európskej únie, je nutné pripomenúť, že kým personifikácia mužom v obleku sa objavuje v 34 prípadoch, personifikácia ženou sa objavuje iba v 12 prípadoch. Avšak ak ženskú personifikáciu porovnáme s personifikáciami kolektívneho Druhého, tak zistíme, že kolektívny Druhý je, až na jedinú výnimku (*The*

Economist 2009b: 33, OP10), vždy mužského pohlavia, a ak aj je presonifikovaný zvieraťom, tak zviera má typicky mužské vlastnosti (sila, agresivita atď.) Ako som už naznačila vyššie, aj napriek formálnej rodovej rovnosti v západnej spoločnosti, stereotyp ženy nie je považovaný za rovný mužovi. Predstava Európskej únie ženského pohlavia v spoločnosti samých mužov naznačuje nerovnosť vo vzťahu. Predstava Európy ako žienky domácej (The Economist 2009f: 36, OP13) alebo pacientky (The Economist 2011b: 71, OP17) nevytvára dojem schopného a tvrdého medzinárodného vyjednávača.⁴⁴ V karikatúrach pozorujeme *dokonalé odlišenie* Európy-ženy a kolektívneho Druhého-muža.

Karikatúry vzťahu medzi Európou a tým Druhým ukazujú na ďalšiu charakteristiku EÚ spojenú s vekom a agilítou. Ako muž v obleku tak aj ženské EÚ *alter ego* sú už v zrelom veku. Na obrázku znázorňujúcom vzťah EÚ–Čína (The Economist 2009b: 33, OP10) je muž v obleku zobrazený ako nahrbený starček s paličkou, zatiaľčo Čína je vo veku aktívneho teenagera a srší mladost'ou. Aj v prípade interakcie EÚ a Ruska (The Economist 2008i: 38, OP8) vidíme, že aj keď sa muž v obleku tvári prísne, má už svoje najlepšie roky za sebou, čo dokazuje aj pavučina v podpaží a ľahostajný medvedí výraz prazrádza skôr nudu než hrozbu.

Ak sa však zameráme na vek a aktivitu ostaných vo všeobecnej rovine, zistíme, že ani kolektívny Druhý už nie je žiadny mladík. U zvieracích personifikácií sa ťažko odhaduje vek, ale aj Strýčko Sam má na niektorých karikatúrach šedivú bradu a len zopár zubov (The Economist 2008b: 31, OP2). Takže môžeme povedať, že aj keď je identita Európskej únie konštruovaná ako zastaralá, kolektívny Druhý na tom nie je o nič lepšie. Takže *zastaralosť* Európskej únie nevytvára dokonalé ale len *nedokonalé odlišenie* od kolektívneho Druhého.

Posledným bodom, ktorý sa ukázal až počas samotného porovnávania, je *veľkosť* zobrazenia jednotlivých aktérov. Väčší typicky znamená silnejší, a ak sa pozrieme na niekoľko extrémnych prípadov (The Economist 2009b: 33, OP10; The Economist 2010a: 31, OP15; The Economist 2010b: 38, OP16), Európska únia je v porovnaní s Druhým vizualizovaná ako úplná maličkosť. Zo skúmanej vzorky bola Európska únia vo výške polovice prípadov vyobrazená menšia ako kolektívny Druhý. Takéto predstavy iba posilňujú predstavu o Európskej únii ako o nerovnocennom partnerovi, mocnosti, ktorá je často nútená podriaďiť sa pravidlám iných.⁴⁵ Zobrazenie Európskej únie *menšej* ako ostatní tiež predstavuje prípad *dokonalého odlišenia* od toho Druhého.

* * *

Obrazy a vizuálne reprezentácie prenikajú do politických odvetví len zťažka, a keď už, tak zvyčajne pod vplyvom iných výskumných zameraní typu: politické kultúry, mediálne štúdiá, psychológia, manažment predaja a pod. (Wetherell – Taylor – Yates 2001: 4; Hansen 2011). Zhrnuté a podčiarknuté, aj keď politické vedy majú nástroje vhodné na výskum obrazov (*images*), diskurzným analýzám stále dominuje text. Spoločenská úloha filmu, plagátov, reklamy, karikatúry či fotografie aj naďalej zostáva skôr na okraji *politicko-vedného* záujmu a zatiaľ, čo humanitné a sociálne obory už prešli takzvaným *iconic turn* – „obratom k obrazom“, politické vedy na tento obrat ešte len čakajú. Texty sú síce významným zdrojom poznatkov o sociálnej a politickej realite, ale aj vizuálna časť diskurzu – obrazy, plagáty, fotografie, karikatúry – zohráva úlohu, podľa niektorých dokonca dôležitejšiu, pri konštrukcii predstáv (Öhner et al. 2005: 7). Fotografie detí umierajúcich hladom (Campbell 2004), zábery z masakrov civilistov v Rwande alebo Darfúre, karikatúry Adolfa Hitlera (Coupe 1983) alebo proroka Mohameda (Klausen 2009; Hansen 2011), všetky tieto obrazy vyvolali medzinárodnú reakciu a zvýšili záujem o výskum obrazov aj v medzinárodných vzťahoch (viď Diamond 2002; Campbell 2004; Campbell – Shapiro 2007; Mazid 2008; Müller – Özcan – Seizov 2009; Klausen 2009; Hansen 2011). S masovým rozšírením televízie, tlače, fotografie a internetu podľa môjho

názoru rastie význam vizuálneho módu diskurzu, a preto by sme mu mali v politických vedách venovať dostatočný priestor.

Cieľom tohoto príspevku preto bolo upriamiť pozornosť na politické karikatúry a ich význam pri vytváraní predstáv o aktéroch medzinárodných vzťahov, menovite Európskej únie. Vo výskume boli použité politické karikatúry týždenníka *The Economist*.

Vlastnú analýzu som rozdelila do troch krokov: v prvom kroku som sa zamerala na predstavy o Európskej únii a jej identite vytvorenej na základe vlastností a stereotypov s ňou spájaných; v druhom kroku som sa zamerala na predstavy o kolektívnom Druhom – na predstavy o typických vlastnostiach prototypu medzinárodného aktéra. V poslednom kroku som zistenia porovnala s cieľom zistiť, či konštrukcia európskej identity a konštrukcia identity kolektívneho Druhého tvoria konceptuálnu dvojicu *Self/Other*.

Identita Európskej únie ako aktéra medzinárodných vzťahov, tak ako si ju predstavujú v politických karikatúrach *Economistu*, je zložená predovšetkým z týchto vlastností: *rozdrobenosť*, *pasivita*, *zženštilosť* a *zastaralosť* (viď obrázok č. 2). Na čele Európskej únie je totiž zobrazených desať rôznych osobností prevažne z rady členských štátov, až v druhom rade sú s EÚ stotožňovaní zastupitelia na úrovni európskych inštitúcií. Druhým faktorom, ktorý hovorí o rozdrobenosti, sú často znázorňované hádky medzi lídrami (*The Economist* 2008e: 33, OP4).

Európska únia je často konštruovaná ako *pasívny* aktér, alebo príliš *malý* aktér na to, aby významne zasiahol do medzinárodného diania. Anonymný muž v obleku a jeho (ne-)činnosť vyvolávajú predstavy naivity a bezradnosti. Európska únia je tiež často personifikovaná *ženou*. Aj napriek formálnej rodovej rovnosti sa k ženám stále viažu stereotypy o slabosti, pasivite a závislosti na mužoch. Predstava EÚ ako ženy v domácnosti (*The Economist* 2009f: 36, OP13) alebo „spiacej princeznej“ na obálke *Economistu* (2009d) rozhodne nekonštruuje identitu Európskej únie ako schopného a suverénneho hráča.

Identita kolektívneho Druhého síce netvorí úplný opak konštrukcie európskej identity, líši sa však v niekoľkých podstatných charakteristikách: jednotnosťou, veľkosťou znázornenia a personifikáciami, s ktorými sa viažu typicky mužské vlastnosti – sila, moc, autorita atď. Kolektívny Druhý je na rozdiel od EÚ reprezentovaný zvyčajne iba jedným politikom, takže vizuálna reprezentácia nie je rozdrobená, práve naopak, pôsobí *jednotným* dojmom. Personifikácie kolektívneho Druhého sú buď *mužského* rodu, alebo sú to typicky silné/mýtické zvieratá oplývajúce silou a potenciálom ublížiť. Tiež pri porovnaní vyobrazení Európskej únie a kolektívneho Druhého došlo v nadpolovičnom počte prípadov k vyobrazeniu Európskej únie menšej ako Druhý – naznačujúc nerovnosť vzťahu medzi EÚ a Druhým (*The Economist* 2009b: 33, OP10; *The Economist* 2010a: 31, OP15; *The Economist* 2010b: 38, OP16).

V ostatných vlastnostiach (pasivite/aktivitě ani v zastaralosti/modernosti) netvorí Európska únia a kolektívny Druhý výlučnú dvojicu *Self/Other*. Tieto vlastnosti boli totiž u kolektívneho Druhého vyvážené, k väčším rozdielom by pravdepodobne došlo ak by sme sa zamerali na jednotlivé štáty, čo v tomto prípade nebolo cieľom. K iným výsledkom by pravdepodobne tiež viedlo porovnanie EÚ s medzinárodnými organizáciami, tie sa ale v skúmanej vzorke nevyskytli, čo samo o sebe svedčí o tom, že v predstavách *Economistu* patrí Európska únia do rovnakej ligy hráčov MV ako štáty.⁴⁶

Záverom z interpretácie politických karikatúr týždenníka *The Economist* vyplýva, že identita Európskej únie ako aktéra medzinárodných vzťahov sa nesie v duchu textového diskurzu o slabom, mäkkom, prípadne bezvýznamnom aktérovi. Vyobrazenie EÚ ako ženy a kolektívneho Druhého s mužskými rysmi iba posilňuje predstavu o nerovnoprávnom vzťahu EÚ/Druhý.

Celkovo, karikatúry *Economistu* zamerané na Európsku úniu ako aktéra medzinárodných vzťahov, vytvárajú predstavu o rozdrobenom, zastaralom a malom hráčovi, naznačujúc postavenie EÚ ako nie úplne plnohodnotného aktéra medzinárodných vzťahov.

Inými slovami *The Economist* napomáha reifikácii *sui generis* povahy Európskej únie ako aktéra medzinárodných vzťahov.

- ¹ Samotná definícia *aktérstva* (*actorness*) v disciplíne medzinárodných vzťahov je pevne zviazaná s teoretickým prístupom k medzinárodným vzťahom (MV) ako takým. Odhliadnuc od nuancí jednotlivých teoretických škôl, môžeme vo všeobecnosti tvrdiť, že väčšina teoretických prúdov v MV (realizmus, liberalizmus, niektorí konštruktivisti) považuje za hlavných aktérov MV štáty. Existujú samozrejme aj iné teoretické pohľady, ktoré obsahujú množstvo ďalších aktérov počínajúc štátmi, medzinárodnými organizáciami, mimovládnyimi entitami, spoločenskými triedami a končiac jednotlivcami (koncepty transnárodného a neštátneho aktéra). Každý z týchto prístupov tým pádom definuje aktérstvo ináč, čo nás vedie späť k premise, že aj samotný koncept medzinárodného aktérstva je, podobne ako identita, moc alebo národ, otvorený interpretácii.
- ² Pozri aj Wendt (2004) „The State as a Person in International Theory“ a jeho diskusiu o vlastnostiach, ktoré môžu nadobúdať jednotliví hráči medzinárodných vzťahov.
- ³ Sociálne vedy všeobecne zaznamenali viacero obrátov: *Cultural turn*, *Linguistic turn*, *Aesthetic turn* atď. *Iconic turn* – obrat k obrazom – sa prejavil v sociálnych vedách hlavne koncom osemdesiatych a začiatkom deväťdesiatych rokov.
- ⁴ Sociálne a politické vedy však majú aj ďalší, predovšetkým pragmatický, dôvod, prečo skúmať texty a výroky: vedec má spravidla len „veľmi obmedzenú možnosť bezprostredného pozorovania skúmaného objektu“, či už sa jedná o procesy rozhodovania vo vláde, medzinárodné konflikty, alebo jednanie aktéra medzinárodných vzťahov, „a je teda do značnej miery odkázaný na analýzu textov či prejavov“ (Beneš 2008: 92).
- ⁵ Domnievam sa, že dominancia textu a jazyka v diskurznej analýze je tiež len produktom svojej doby a jej dominancia odráža konzervatívny prístup k vede – čo je ešte mainstreamom prijateľné a čo sa už vymyká normálnemu. Viac o vede a jej dobovému zasadneniu ponúka R. B. J. Walker (1993).
- ⁶ „Human meaning-making“ (Wetherell – Taylor – Yates 2001: 3)
- ⁷ Pod pojmom *obraz* mám na mysli fyzickú vizuálnu reprezentáciu objektu (*image*), nie metaforické obrazy, s ktorými napríklad aj karikatúra pracuje. Vďaka za upresnenie patrí anonymnému recenzentovi.
- ⁸ Esej Waltera Benjamina vyšla aj v češtine v zbierke z roku 1979 *Dilo a jeho zdroj* (Praha: Odeon).
- ⁹ Už v úvodnej eseji zbierky *Mytológie* (1957) sa Barthes venuje „spektáku“ wrestlingového zápasu, jeho nuanciam a jemným gestám, ktorým prisudzuje skôr divadelný než športový význam pre diváka. Česky zbierka esejí *Mytológie* vyšla v roku 2004 (Praha: Dokořán). V knihe z roku 1980 *La Chambre Claire* Barthes hlbšie rozoberá povahu fotografie a zároveň je kniha rozlúčkou s jeho zosnulou matkou.
- ¹⁰ Vďaka anonymnému recenzentovi za upozornenie na multimodálny charakter diskurzu.
- ¹¹ Viac k vzťahu medzi verbálnou a vizuálnou komunikáciou viď Kress – van Leeuwen 1996 (obzvlášť kapitola 1) alebo Norris 2004.
- ¹² V tomto trende pokračujú knihou *EUropäische Bildpolitiken* zameranou na symbolickú (re-)prezentáciu Európskej únie počas politických kampaní a volieb do Európskeho parlamentu, prístupu k Európskej únii alebo počas predsedníctva Európskej rady (Bernhardt – Hadj-Abdou – Liebhart – Pribersky 2009).
- ¹³ Napríklad editoriály, komentáre, internetové diskusie, prípadne blogy. Pre výskum aktérstva Európskej únie v rámci programu Východného partnerstva využívajúci analytici kritickú diskurznu analýzu oficiálnych dokumentov (Kratochvíl 2009) a kritickú diskurznu analýzu novinových článkov z šiestich denníkov vo Francúzsku, Veľkej Británii a Nemecku (Kratochvíl – Cibulková – Beník 2011).
- ¹⁴ Aj zlé správy vyznejú ináč, ak sú prezentované s humorom. Vtipom je možné zamaskovať aj naozaj negatívne správy (šibeničný humor). Legenda hovorí, že po porážke Francúzov anglickým loďstvom Edvarda III. v roku 1340 predal zlú novinu francúzskemu kráľovi Filipovi VI. dvorný šašo, ako inak než v podobe žartu: „Prečo sú francúzski vojaci chrabrejší než tí anglickí? Pretože Angličania sa neodvážia skočiť do mora v plnej zbroji!“ (Clarke 2010: 92).
- ¹⁵ Politická karikatúra taktiež môže byť obzvlášť mocným hýbateľom verejnej mienky. Karikatúry Osamu bin Ládina po 11. septembri, ale hlavne kontroverzia okolo karikatúr proroka Mohameda uverejnených v dánskom denníku *Jyllands-Posten* v septembri 2005 vyvolali vlny protestov na Blízkom východe a v moslimských komunitách po celom svete. Došlo k ničeniu dánskych ambasád, hrozbám smrti karikaturistov (predovšetkým Kurta Westergaarda, ktorý nakreslil proroka Mohameda s bombou v turbane) aj k obetiam na životoch, či už v rámci protestov alebo pri atentátoch na personál ambasád. Práve „výbušnosť“ karikatúr proroka Mohameda a celosvetová reakcia na tieto udalosti vyvolali zvýšený záujem o výskum obrazov politických karikatúr aj v medzinárodných vzťahoch a bezpečnostných štúdiách (viď Diamond 2002; Campbell – Shapiro 2007; Mazid 2008; Müller – Özcan – Seizov 2009; Klausen 2009; Hansen 2011).
- ¹⁶ Napríklad, kým pre historika je očividná objektívna modernita národa, nacionalista subjektívne považuje svoj národ za starobylý (Anderson 1991: 5). Nápodobne, kým akademická komunita polemizuje o existencii/neexistencii európskeho aktérstva, pre pristupujúce krajiny je Európska únia celkom reálnym aktérom s právnymi predpismi, donucovacími nástrojmi a sankciami. Pre lepšiu predstavu o konštruktivizme a role vedcov v procese konštrukcie sociálnej reality, pozri Teti – Hynek 2007 alebo R. B. J. Walker 1992.
- ¹⁷ Naschvál som zvolila širokú nekontroverznú definíciu z *Handbook of International Relations* (Carlsnaes, Risse a Simmons /eds./ 2002), aby som pokryla čo najväčšie spektrum javov. Príliš výlučnou definíciou

- identity, ešte k tomu využívanou napríklad pri špecifickej textovej analýze, by mohlo dôjsť k tomu, že by definícia nepokryla vizuálnu stránku.
- ¹⁸ V podstate ide o špecifickú otázku: ak pripustíme, že EÚ môže byť medzinárodným aktérom (ako ostatné štáty), logicky sa pýtame, či má aj rovnaký status.
- ¹⁹ Koncept *Self/Other* (Ja/Druhý, Iný; My/Oni) vyjadruje fundamentálny rozdiel. *Other* (Druhý) je opozitum k *Self* (môjmu Ja). Žiadna identita totiž neexistuje vo vákuu. Rozpoznanie vlastného ja dostáva zmysel až vtedy, ak som schopná identifikovať rozdiel medzi mnou a niekým Iným. Bližšie o zrode konceptuálneho páru *Self/Other* v kontinenálnej filozofii 20. storočia píše napríklad Iver Neumann (1996) na strane 141.
- ²⁰ Neumann (1996) zase hovorí o antropomorfizácii ľudských kolektívov.
- ²¹ Nikto dnes nemôže pochybovať o „americkosti“ prezidenta Obamu alebo Strýčka Sama.
- ²² Môžeme rozlišovať medzi oficiálnymi a neoficiálnymi symbolmi a ich významom. Kým oficiálne symboly ako vlajka alebo erb sú vybrané štátom alebo inštitúciou, neoficiálne symboly ako napríklad tetovanie v tvare kotvy alebo čierna patka vo vlasoch sú symboly rozpoznávané verejnosťou, aj keď nie sú nikde oficiálne uzákonené.
- ²³ Symboly EU.
- ²⁴ David Campbell tvrdí, že (fotografické) „obrazy nikdy nejestvujú v izolácii, [...] ale sú prístupné v rámci intertextuálneho zasadenia – nadpisu, podnadpisu a textu doplnujúceho jednotlivé fotografie – ktoré je čitateľné v rámci historického, politického a sociálneho kontextu“ (2004: 62–63). Lene Hansen ide ešte ďalej a rozlišuje štyri vrstvy intertextuálneho zasadenia: samotný obraz, bezprostredný intertext, dominantný politický diskurz krajiny alebo spoločenstva a lingvistické texty prisudzujúce význam obrazom (napríklad ich sekuritizácia) (2011: 55).
- ²⁵ Má sa za to, že práve nepochopenie/ignorovanie kontextu uverejnených Mohamedových karikatúr viedlo ku kontroverzii a obetiam na životoch (Müller et. al. 2009; Hansen 2011). Karikatúry boli pôvodne uverejnené širšom kontexte diskusie o spoložití moslimov a Dánov, v rámci debaty o slobode slova a vyobrazení proroka Mohameda v obrázkovej knihe pre deti. Až vytrhnutie z tohoto kontextu spôsobilo vlnu násilia.
- ²⁶ *The Economist* vychádza celosvetovo v náklade 1 307 000 kusov (počet k decembru 2008) (Eurotopics 2011).
- ²⁷ O nestrannosti médií môžu byť rôzne pochybnosti, ale týždenník *The Economist* sa štylizuje do globálnych ekonomicko-politických novín, ktoré nadržávajú predovšetkým voľnému trhu. Nie je tu žiadne výrazné spojenie s Európskou úniou ani žiadne výrazné „národné“ zafarbenie.
- ²⁸ Prieskum slovenských denníkov *SME* (2. 1. 2008 – 31. 5. 2011) a *Pravda* (31. 8. 2007 – 30. 4. 2011) obsahoval len štyri karikatúry, ktoré sa viazali k zahraničnej politike EÚ, lepšie na tom nie je ani britský denník *The Independent* (1. 1. 2009 – 31. 5. 2011), ktorý v preskúmaných vyše dvoch ročníkoch uverejnil iba karikatúry Tonyho Blaira – kandidáta na prezidenta EÚ, ktoré by mohli byť spojené so zahranično-politickou identitou, ale samotnému aktérstvu EÚ sa vôbec nevenuje.
- ²⁹ Obdobie 23 mesiacov pred prijatím a 18 mesiacov po prijatí Lisabonskej zmluvy poskytujú porovnateľnú dobu na posúdenie, či došlo prijatím zmluvy k nejakým zmenám v aktérstve, alebo nie.
- ³⁰ Vzhľadom na rozsah článku a zameranie na všeobecné prestavy o Európskej únii konštruované politickými karikatúrami viac priestoru bezprostrednému textovému doprovodu k obrázkom venované nebude. Skúmanie vzťahu medzi karikatúrou a textom sa hodí skôr na analýzu konkrétnej politickej situácie než všeobecných predstáv.
- ³¹ Ak takýto vzťah *odlišenia* existuje, tak potom môžeme povedať, že EÚ je *Economistom* považovaná za neštandardného aktéra MV, pretože je vykreslená ako aktér nerovnocenný s druhými aktérmi, ktorých aktérstvo nie je spochybňované.
- ³² Originálne znenie: „All nations are imagined (Anderson 1991), and even if Europe is not a 'nation' in the traditional sense of the term at least, it is still a kind of political identity that reaches beyond the immediate face-to-face, encounter and therefore needs imagination“ (Diez 2004: 320).
- ³³ Predstavitelia národných vlád sa na čele EÚ objavili celkom 29×, kým zastupitelia EÚ iba 12×. Inými slovami Európska únia bola skoro v troch štvrtinách prípadov stotožňovaná s predstaviteľmi národných štátov než s jej vlastnými orgánmi. Taktiež je očividný rozdiel medzi viditeľnosťou západných a východných členov EÚ.
- ³⁴ „What the Europeans hope for after the American election.“ Zaujímavé v tomto prípade je, že sprievodný text hovorí už o hypoteticky zvolenom americkom prezidentovi (nech už je to Obama, alebo McCain), podstatné je, že v tom čase vychádzalo predsedníctvo EÚ na Českú republiku a autor článku už vykresluje obraz budúceho amerického prezidenta, ako reční na Václavskom námestí, len v karikatúre sa neobjavuje český politik, ale trio z najväčších členských štátov (mimo Poľska): Veľkej Británie, Francúzska a Nemecka.
- ³⁵ Pozri obrazovú prílohu – vybrané karikatúry z výskumnej vzorky; OP + číslo, značí číslo obrázku.
- ³⁶ Môžeme len špekulovať, či sa jedná o európskeho úradníka, alebo kariérneho diplomata.
- ³⁷ Myslené v nevýraznom oblečení, dokonca v niektorých karikatúrach, ktoré sú v originále farebné, je dav osôb zastupujúcich EÚ naschvál vyobrazený čierno-bielo (The Economist 2008e: 33, OP4).
- ³⁸ Nikdy nejde o konkrétneho politika alebo diplomata, ktorého by sme mohli poznať po mene, ale o anonymného generického muža v obleku bez výrazných charakterových črt (The Economist 2008i: 38, OP8; The Economist 2008g: 34, OP6).
- ³⁹ Vďaka Vítovi Benešovi za tento postreh.
- ⁴⁰ Aj český a slovenský jazyk hovorí o hráčoch a aktéroch MV, a nie o hráčkach a aktérkach medzinárodných vzťahov.

- ⁴¹ Zajímavé je, že už počas americkej prezidentskej kampane v roku 2008 sa v karikatúrach objavuje budúci prezident Barack Obama. O vtedy ešte úradujúcom prezidentovi G.W. Bushovi ale nie je nikde ani zmienka. V súvislosti s USA a EÚ sú v jednom prípade spomenutí aj ďalší nádejní kandidáti na post: Hillary Clintonová a John McCain, títo dvaja však priamo nereprezentujú americké záujmy – nedajú sa považovať za predstaviteľov USA.
- ⁴² EÚ ako *presence* (Bretherton – Vogler 1999), EÚ ako etická mocnosť (Aggestam 2008), EÚ trpiaca neschopnosťou akcie (Hill 1993), EÚ, ktorá sa nevyrovná realistickým požiadavkám medzinárodných vzťahov (Hyde-Price 2006, 2008), EÚ *sui generis* alebo mäkká mocnosť (Sjursen 2004, 2006).
- ⁴³ Keby išlo o niečo podstatnejšie ako technické záležitosti, boli by zobrazení lídri členských štátov.
- ⁴⁴ Celá ženská časť identity Európskej únie pripomína skôr zlý román. Karikatúra transatlantického partnerstva (The Economist 2009c: 44, OP11) vytvára predstavu zlého manželstva ako v knihe *Muži sú z Marsu, ženy sú z Venuše* (Gray 1990). Práve na tomto základe stojí aj svojské vysvetlenie problémov transatlantického partnerstva Robertom Kaganom (2003). Politické karikatúry len pokračujú v tomto duchu a naznačujú *ženskú slabosť* v európskej identite. Ostatní aktéri – kolektívny Druhý – aj keď sa náhodou nachádza v slabšej pozícii, stále si zachováva svoju *mužnosť* a aj to jediné vyobrazenie kolektívneho Druhého ako ženy prezráda skôr pozíciu sily a mladosti (rolu hrá veľkosť postáv) než ženskej krehkosti (The Economist 2009b: 33, OP10).
- ⁴⁵ V praxi Čína aj naďalej nerešpektuje ľudské práva a s EÚ stále obchoduje, Spojené štáty americké robia zahraničnú politiku bez ohľadu na európskych partnerov.
- ⁴⁶ Ďakujem Vítovi Benešovi za pripomienku.

Literatúra

- Aggestam, Lisbeth (2008): Introduction: ethical power Europe? *International Affairs*, Vol. 84, No. 1, s. 1–11.
- Anderson, Benedict (1991): *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- Barthers, Roland (1980): *La Chambre Claire: Note Sur La Photographie*. Midwest European Publishers.
- Barthes, Roland (1957 [1972]): *Mythologies*. Selected and translated from the French by Annette Lavers. New York: The Noonday Press.
- Berger, Peter L. – Luckman, Thomas (1967): *The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: Anchor Books.
- Beneš, Vít (2008): Diskurzivní analýza In: Drulák, Petr (ed.): *Jak zkoumat politiku. Kvalitativní metodologie v politologii a mezinárodních vztazích*. Praha: Portál, s. 92–124.
- Benjamin, Walter (1936 [2004]): *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. 5. 5. 2011 dostupné na <<http://dxarts.washington.edu/coupe/wk1/benjamin.pdf>>.
- Bernhardt, Petra – Hadj-Abdou, Leila – Liebhart, Karin – Pribersky, Andreas (2009): *EUropäische Bildpolitik*. Wien: UTB, facultas.wuv.
- Blackledge, Adrian (2005): *Discourse and Power in a Multilingual World*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Bretherton, Charlotte – Vogler, John (1999): *The European Union as a Global Actor*. London: Routledge.
- Brubaker, Rogers – Cooper, Frederick (2000): Beyond „Identity“. *Theory and Society*, Vol. 29, No. 1, s. 1–47.
- Bruter, Michael (2005): *Citizens of Europe? The Emergence of a Mass European Identity*. Houndmills: Palgrave Macmillan.
- Campbell, David (1992 [1998]): *Writing Security. United States Foreign Policy and the Politics of Identity*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Campbell, David (2004): Horrific Blindness: Images of Death in Contemporary Media. *Journal for Cultural Research*, Vol. 8, No. 1, s. 55–74.
- Campbell, David – Shapiro, Michael J. (2007): Guest Editor's Introduction to Special Issue On Securitization, Militarization and Visual Culture in the Worlds of Post-9/11. *Security Dialogue*, Vol. 38, No. 2, s. 131–137.
- Carlsnaes, Walter – Risse, Thomas – Simmons, Beth (eds., 2002): *Handbook of International Relations*. London: Sage.
- Clarke, Stephen (2010): *1000 Years of Annoying the French*. Great Britain: Black Swan.
- Coupe, W. A. (1983): Adolf Hitler and the Cartoonists. *History Today*, Január 1983, s. 19–26.
- Curticepean, Alina (2008): Bai Ganio and Other Men's Journeys to Europe: The Boundaries of Balkanism in Bulgarian EU-Accession Discourses. *Perspectives*, Vol. 16, No. 1, s. 23–56.
- Der Derian, James – Shapiro, Michael J. (eds., 1989): *International/Intertextual Relations. Postmodern Readings of World Politics*. Lexington: Lexington Books.
- Diamond, Matthew (2002): No Laughing Matter: Post-September 11 Political Cartoons in Arab/Muslim Newspapers. *Political Communication*, Vol. 19, No. 2, s. 251–272.
- Diez, Thomas (2004): Europe's Others and the Return of Geopolitics. *Cambridge Review of International Affairs*, Vol. 17, No. 2, s. 319–335.
- Diez, Thomas (2005): Constructing the Self and Changing Others: Reconsidering „Normative Power Europe“. *Millennium: Journal of International Studies*, Vol. 33, No. 3, s. 613–636.
- Drulák, Petr (ed., 2008): *Jak zkoumat politiku. Kvalitativní metodologie v politologii a mezinárodních vztazích*. Praha: Portál.
- *The Economist* (5. január 2008 – 14. máj 2011). London: The Economist Newspaper Ltd.

- Eurotopics (2011): *Medienindex*, Bundeszentrale für politische Bildung. 25. 5. 2011 dostupné na <<http://www.eurotopics.net/de/dienste/medienindex/>>.
- Fairclough, Norman (2003): *Analysing Discourse. Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.
- Foucault, Michel (1969 [2008]): *The Archaeology of Knowledge*. London: Routledge.
- Gordon, Alan (2010): *The Hero and the Historians: Historiography and the Uses of Jacques Cartier*. Vancouver: University of British Columbia Press.
- Gray, John (1990): *Men Are from Mars, Women Are from Venus: A Practical Guide for Improving Communication and Getting What You Want in Your Relationships*. HarperCollins.
- Greenberg, Josh (2002): Framing and Temporality in Political Cartoons: A Critical Analysis of Visual News Discourse. *The Canadian Review of Sociology and Anthropology*, Vol. 39, No. 2, s. 181–198.
- Hansen, Lene (2006): *Security as Practice: Discourse Analysis and the Bosnian War*. London: Routledge.
- Hansen, Lene (2011): Theorizing the image for Security Studies: Visual securitization and the Muhammad Cartoon Crisis. *European Journal of International Relations*, Vol. 17, No. 1, s. 51–74.
- Herrmann, Richard K. (2008): Linking Theory to Evidence in International Relations. In Carlsnaes, W. – Risse, T. – Simmons, Beth A. (eds.): *Handbook of International Relations*, London: Sage, s. 119–136.
- Hettne, Björn – Söderbaum, Fredrik (2005): Civilian Power or Soft Imperialism? The EU as a Global Actor and the Role of Interregionalism. *European Foreign Affairs Review*, Vol. 10, No. 4, s. 535–552.
- Hill, Christopher (1993): The Capability-Expectations Gap, or Conceptualizing Europe's International Role. *Journal of Common Market Studies*, Vol. 31, No. 3, s. 305–328.
- Hyde-Price, Adrian (2006): „Normative“ power Europe: a realist critique. *Journal of European Public Policy*, Vol. 13, No. 2, s. 217–234.
- Hyde-Price, Adrian (2008): A „tragic actor“? A realist perspective on „ethical power Europe“. *International Affairs*, Vol. 84, No. 1, s. 29–44.
- *Journal of European Public Policy* (2006): *Normative Power Europe Special Issue*, Vol. 13, No. 2.
- Kagan, R. (2003): *Of Paradise and Power: America and Europe in the New World Order*, New York: Vintage Books.
- Klausen, Jytte (2009): *Cartoons that Shook the World*. USA: Yale University Press.
- Kösebalaban, Hasan (2007): The Permanent „Other“? Turkey and the Question of European Identity. *Mediterranean Quarterly*, Vol. 18, No. 4, s. 87–111.
- Kratochvíl, Petr (2009): Discursive Constructions of the EU's Identity in the Neighbourhood: An Equal Among Equals or the Power Centre? *European Political Economy Review*, Vol. 9 (Autumn 2009), s. 5–23.
- Kratochvíl, Petr – Cibulková, Petra – Beník, Michal (2011): The EU as a „Framing Actor“: Reflections on Media Debates about EU Foreign Policy. *Journal of Common Market Studies*, Vol. 49, No. 2, s. 391–412.
- Kress, Gunther – van Leeuwen, Theo (1996): *Reading Images – the Grammar of Visual Design*. 2nd ed., London: Routledge.
- Larsen, Henrik (2002): The EU: A Global Military Actor? *Cooperation and Conflict*, Vol. 37, No. 3, s. 283–302.
- Manners, Ian (2002): Normative Power Europe: A Contradiction in Terms. *Journal of Common Market Studies*, Vol. 40, No. 2, s. 235–258.
- Manners, Ian (2006): Normative Power Europe Reconsidered: Beyond the Crossroads. *Journal of European Public Policy*, Vol. 13, No. 2, s. 182–199.
- Manners, Ian – Whitman, Richard G. (1998): Towards Identifying the International Identity of the European Union: A Framework for Analysis of the EU's Network of Relationships. *European Integration*, Vol. 21, No. 3, s. 321–249.
- Manners, Ian – Whitman, Richard G. (2003): The „difference engine“: Constructing and representing the international identity of the European Union. *Journal of European Public Policy*, Vol. 10, No. 3, s. 380–404.
- Mazid, Bahaa-Eddin M. (2008): Cowboy and misanthrope: a critical (discourse) analysis of Bush and bin Laden cartoons. *Discourse & Communication*, Vol. 2, No. 4, s. 443–457.
- Meek, Allen (2007): *Trauma and Media. Theories, Histories, and Images*. New York: Routledge.
- Mole, Richard C.M. (ed., 2007): *Discursive Constructions of Identity in European Politics*. Houndmills: Palgrave Macmillan.
- Morris, Ray (1992): Cartoons and the Political System: Canada, Quebec, Wales, and England. *Canadian Journal of Communication*, Vol. 17, No. 2, s. 253–258.
- Müller, Marion G. – Özcan, Esra – Seizov, Ognyan (2009): Dangerous Depictions: A Visual Case Study of Contemporary Cartoon Controversies. *Popular Communication: The International Journal of Media and Culture*, Vol. 7, No. 1, s. 28–39.
- Neumann, Iver B. (1996): Self and Other in International Relations. *European Journal of International Relations*, Vol. 2, No. 2, s. 139–174.
- Neumann, Iver B. (1999): *Uses of the Other: „The East“ in European Identity Formation*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Neumann, Iver B. (2006): European Identity and Its Changing Others. *NUPI Working Paper* No. 710–2006, 5. 5. 2011 dostupné na <<http://english.nupi.no/Publications/Working-Papers/2006/European-Identity-and-Its-Changing-Others>>.
- Norris, Sigrid (2004): *Analyzing Multimodal Interaction – A Methodological Framework*. London: Routledge.

- Öhner, Vráäth – Pribersky, Andreas – Schmale, Wolfgang – Uhl, Heidemarie (2005): *Europa-Bilder*. Budapest: StudienVerlag.
- Pugsley, Peter C. (2006): Constructing the Hero: Nationalistic News Narratives in Contemporary China. *Westminster Papers in Communication and Culture*, Vol. 3, No. 1, s. 78–93.
- Relin, David O. (1996): The President Maker. *Scholastic Update*, 4. 10. 1996, s. 18–19.
- Schwelling, Birgit (ed., 2004): *Politikwissenschaft als Kulturwissenschaft. Theorien, Methoden, Problemstellungen*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Sjursen, Helene (2004): Towards a post-national foreign and security policy. *ARENA Working Paper* 04/12, 5. 5. 2011 dostupné na <http://www.sv.uio.no/arena/english/research/publications/arena-publications/working-papers/working-papers2004/wp04_12.pdf>.
- Sjursen, Helene (2006): What kind of power? *Journal of European Public Policy*, Vol. 13, No. 2, s. 169–181.
- Stråth, Bo (2002): A European Identity. To the Historical Limits of a Concept. *European Journal of Social Theory*, Vol. 5, No. 4, s. 387–401.
- Teti, Andrea – Hynek, Nikola (2007): Saving Identity from Postmodernism? Disciplining Constructivism and Governing the „International“. *IESIR Working Papers No 02/2007*, 5. 5. 2011 dostupné na <http://www.fs.es.uniba.sk/fileadmin/user_upload/editors/UESMV/Teti-Hynek_Saving_Identity_from_Postmodernism_Disciplining_Constructivism_and_Governing_the_International_2006_01.pdf>.
- Treacher, Adrian (2004): From Civilian Power to Military Actor: The EU's Resistable Transformation. *European Foreign Affairs Review*, Vol. 9, No. 1, s. 49–66.
- Trezn, Hans-Jörg – Conrad, Maximilian – Rosén, Guri (2007): The Interpretative Moment of European Journalism. The Impact of Newspaper Opinion Making in the Ratification Process. *RECON Online Working Paper* 2007/11, 5. 5. 2011 dostupné na <http://www.reconproject.eu/main.php/RECON_wp_0711.pdf?fileitem=5882286>.
- Walker, R. B. J. (1993): *Inside/Outside: International Relations as Political Theory*. Cambridge/NY: Cambridge University Press.
- Wendt, Alexander (2004): The state as person in international theory. *Review of International Studies*, Vol. 30, No. 2, s. 289–316.
- Wetherell, Margaret – Taylor, Stephanie – Yates, Simeon J. (eds., 2001): *Discourse Theory and Practice. A Reader*. London: Sage Publications.
- Wodak, Ruth – de Cilia, Rudolf – Reisigl, Martin – Liebhart, Karin (1999 [2009]): *The Discursive Construction of National Identity (Second Edition)*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Williams, Michael C. (2003): Words, Images, Enemies: Securitization and International Politics. *International Studies Quarterly*, Vol. 47, No. 4, s. 511–531.
- Zielonka, Jan (2008): Europe as a Global Actor: Empire by Example? *International Affairs*, Vol. 84, No. 3, s. 471–484.

Pramene politických karikatur a obrazovej prílohy

- The Economist (2008a OP1): Charlemagne | Roll up, roll up, get your energy here. *The Economist*, 19. január 2008, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 30.
- The Economist (2008b OP2): Europe's economies – Dangers ahead. *The Economist*, 2. február 2008, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 31.
- The Economist (2008c OP3): KAL's cartoon. *The Economist*, 1. marec 2008, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 8.
- The Economist (2008d): Charlemagne | The parable of the presidents. *The Economist*, 15. marec 2008, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 38.
- The Economist (2008e OP4): The European Union and Russia – Divide, rule or waffle. *The Economist*, 3. máj 2008, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 33.
- The Economist (2008f OP5): Charlemagne | A worrying new world order. *The Economist*, 13. september 2008, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 40.
- The Economist (2008g OP6): Charlemagne | A changed climate. *The Economist*, 4. október 2008, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 34.
- The Economist (2008h OP7): Charlemagne | Preparing for a new president. *The Economist*, 25. október 2008, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 40.
- The Economist (2008i OP8): Charlemagne | Russian lessons. *The Economist*, 8. november 2008, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 38.
- The Economist (2009a OP9): Charlemagne | Single-market blues. *The Economist*, 8. november 2009, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 38.
- The Economist (2009b OP10): Charlemagne | Dragon nightmares. *The Economist*, 18. apríl 2009, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 33.
- The Economist (2009c OP11): Charlemagne | The Atlantic gap. *The Economist*, 3. október 2009, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 44.
- The Economist (2009d): Wake Europe up!. *The Economist*, 10. október 2009, London: The Economist Newspaper Ltd., titulná strana.
- The Economist (2009e OP12): France, Germany and the European Union – Future Dreaming. *The Economist*, 24. október 2009, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 33.

- The Economist (2009f OP13): Charlemagne | A new balance in Europe. *The Economist*, 21. november 2009, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 36.
- The Economist (2009g OP14): Charlemagne | Lesson from „The Leopard“. *The Economist*, 12. december 2009, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 36.
- The Economist (2010a OP15): Charlemagne | If only it were that easy. *The Economist*, 19. jún 2010, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 31.
- The Economist (2010b OP16): Charlemagne | Help them to help themselves. *The Economist*, 26. jún 2010, London: The Economist Newspaper Ltd., s.38.
- The Economist (2011a): Charlemagne | No time for doubters. *The Economist*, 26. február 2011, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 36.
- The Economist (2011b OP17): The euro area's debt crisis – Sovereign remedies. *The Economist*, 5. marec 2011, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 71.
- The Economist (2011c OP18): Charlemagne | Choosing new friends. *The Economist*, 9. apríl 2011, London: The Economist Newspaper Ltd., s. 34.

Poznámka:

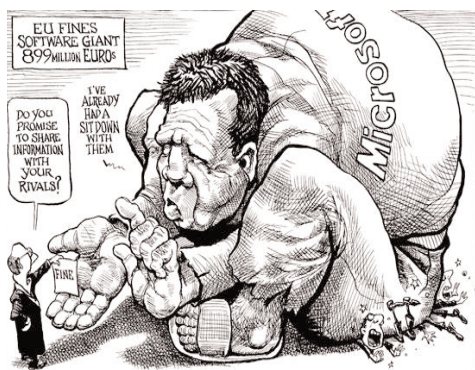
Na tomto mieste by som rada poďakovala Vítovi Benešovi za podporu a inšpiratívne komentáre, Donaldovi Fullerovi za sobotňajšie diskusie o európskom projekte a trom anonymným oponentom za vecnú kritiku a konštruktívne pripomienky.



OP1: © Peter Schrank. Vyšlo v *The Economist* (2008a: 30), publikované so súhlasom autora.



OP2: © Peter Schrank. Vyšlo v *The Economist* (2008b: 31), publikované so súhlasom autora.



OP3: © Kevin Kallaugher. Vyšlo v *The Economist* (2008c: 8), publikované so súhlasom autora.



OP4: © Peter Schrank. Vyšlo v *The Economist* (2008e: 33), publikované so súhlasom autora.

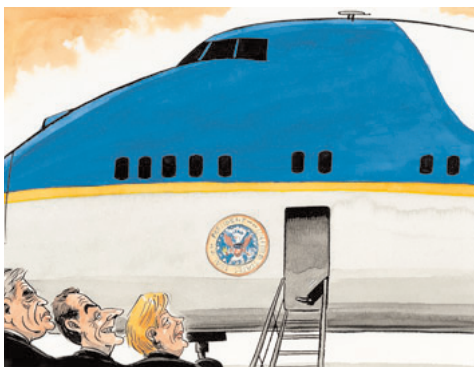


OP5: © Peter Schrank. Vyšlo v *The Economist* (2008f: 40), publikované so súhlasom autora.



OP6: © Peter Schrank. Vyšlo v *The Economist* (2008g: 34), publikované so súhlasom autora.

EU V POLITICKÉ KARIKATUŘE



OP7: © Peter Schrank. Vyšlo v *The Economist* (2008h), publikované so súhlasom autora.



OP8: © Peter Schrank. Vyšlo v *The Economist* (2008i: 38), publikované so súhlasom autora.



OP9: © Peter Schrank. Vyšlo v *The Economist* (2009a: 38), publikované so súhlasom autora.



OP10: © Peter Schrank. Vyšlo v *The Economist* (2009b: 33), publikované so súhlasom autora.



OP11: © Peter Schrank. Vyšlo v *The Economist* (2009c: 44), publikované so súhlasom autora.



OP12: © Peter Schrank. Vyšlo v *The Economist* (2009e: 33), publikované so súhlasom autora.



OP13: © Peter Schrank. Vyšlo v *The Economist* (2009f: 36), publikované so súhlasom autora.



OP14: © Peter Schrank. Vyšlo v *The Economist* (2009g: 36), publikované so súhlasom autora.



OP15: © Peter Schrank. Vyšlo v *The Economist* (2010a: 31), publikované so súhlasom autora.



OP16: © Peter Schrank. Vyšlo v *The Economist* (2010b: 38), publikované so súhlasom autora.



OP17: © Peter Schrank. Vyšlo v *The Economist* (2011b: 71), publikované so súhlasom autora.



OP18: © Peter Schrank. Vyšlo v *The Economist* (2011c: 34), publikované so súhlasom autora.