

[Demokracie „většinová“]

Ladislav Hejdránek

This is a part of the original document:

[1997](#)

jedná se o část původního dokumentu:

[1997](#)

- ◆ myšlenkový deník – záznam, česky, vznik: 25. 1. 1997
- ◆ philosophical diary – record, Czech, origin: 25. 1. 1997

[Demokracie „většinová“]

Demokracie v pojetí „většinovém“, tj. v pojetí, že většina rozhoduje, čímž se rozumí většina „všech“, většina „lidu“ – odtud také jméno, říkající, že jde o vládu lidu – znamená, že se k vládě může dostat každý, že každý se může stát vládcem resp. spoluvládcem, pokud je zvolen většinou. Pochopitelně kvalita takto zvoleného závisí na kvalitě voličů, tj. oné většiny. Čím je většina resp. vůbec lid, veřejnost vzdělanější, tím se zvyšuje jistota, že také zvolení budou nejlepší, tedy ARISTOI. To znamená, že čím je demokracie kvalitnější, tím víc se blíží aristokratické vládě v původním smyslu. Uvědomíme-li si zároveň, že dokonce i vláda „nejlidovější“ neznamena a nemůže znamenat přímou vládu lidu, nýbrž že jde o vládu „zastupitelskou“ (tzv. „representative government“), je zřejmé, že o nějaké „přímé demokracii“ nemůže být ve větších společenstvích (jako jsou státy) ani řeč, takže z celé myšlenky zůstává jen zásada občasných voleb, jichž má právo se zúčastnit každý. Riziko opakujících se voleb spočívá v tom, že budou zvoleni nesprávní lidé. To má ovšem zároveň velkou výhodu proti tomu, že se na královský trůn dostane nejstarší syn, který také nemusí být nejsprávnější osobou – a navíc není odvolatelný (anebo jen s obtížemi). – Podívejme se však na princip voleb samotných. Protože v moderních společnostech je chování občanů i v každodenním životě silně ovlivňováno reklamou, stávají se volby soutěží reklam. Výsledek spočívá ve značně povážlivém pochroumání samotného principu demokracie: občané volí své zástupce na základě předvolební reklamy. Do vlády se tedy nedostávají ti, co nejlépe vládnou, nýbrž ti, co mají nejlepší a nejúčinnější reklamu. Lidé volí obal, nikoli obsah. V praxi to vede ke specializaci manažerů předvolebních akcí, které je ovšem zapotřebí dobře zaplatit. Volby se pak stávají záležitostí těch, kdo mají dost peněz. Pokud mají vlastní kapitál, znamená to, že kandidáti se rekrutují z bohatých vrstev; pokud to nejsou jejich vlastní peníze, stávají se závislými na těch, kdo předvolební reklamu financují. Jediné východisko opět spočívá ve zvyšování všeobecné úrovně voličů a občanů, resp. společnosti vůbec.

(Písek, 970125-1.)