

Oponentský posudek bakalářské práce

## **Darja Stomatová: Propaganda v českých a ruských médiích: Případ Krymské krize**

FHS UK srpen 2015

Práce je věnována problému propagandy v současném tisku, a to na dobře zvoleném příkladě Krymské „krize“, jak se propagandisticky označuje anexe cizího území. Že tento eufemismus autorka přijímá do názvu své práce, svědčí o účinnosti této propagandy, a tedy o aktualitě tématu.

Práce je technicky dokonale vyvedena, s anotacemi, grafy a tabulkami, ve slušné češtině a prakticky bez překlepů. Dvě hrubky na str. 12 a 14 lze při dobré vůli považovat za překlepy, stejně jako chyby ve francouzštině („Toute“ místo Tout, str. 4 aj). Zkratka PR není vysvětlena (str. 15), stejně jako osoba Jacquese Diancourta (str. 4). Není jasné, co si autorka představuje pod „pronikáním ideologií přímo do myslí jednotlivců“ (str. 17) a v čem by se tedy měla lišit Ellulova „sociologická propganda“ od jiných.

Váženější problémy má autorka s vymezením tématu, tj. s definicí propagandy. Už druhá věta práce obsahuje zřejmou nepřesnost: schopnost ovlivňovat masy nemá ten, kdo „vlastní informace“, nýbrž ten, kdo to chce dělat a má k tomu prostředky, nejlépe monopolní. Informace může docela dobře nahradit desinformacemi nebo čímkoli. Na jednom místě jako kdyby autorka propagandu přirovnávala k „persuazi“ (česky přesvědčování). Ačkoliv hned na začátku zastává názor, že definice není nemožná a ve své teoretické části uvedla několik docela zajímavých pokusů o definici, v „praktické části“ z nich bohužel nevyužila téměř nic.

Seznam literatury je sice dost omezený, obsahuje však ruské i anglické zdroje, z nichž práce zřejmě slutečně čerpala. Autorka sice zmiňuje posun významu slova „propaganda“ od neutrálního k výrazně pejorativnímu a stručně referuje, proč se to stalo, sama se však hodně opírá o starší autory, což výklad silně rozmlžuje. Kromě toho se úzkostlivě vyhýbá jakémukoli hodnocení, což u daného tématu není možné. Flagrantní sebepopření ruské propagandy, která zprvu popřela účast ruské armády, a vzápětí prezident vyznamenal její velitele, absurdní tvrzení ohledně sestřeleného malajského letadla, podivné vraždy opozičních novinářů atd. autorka vůbec nezmiňuje. Otázce pravdivosti a lživosti se tedy právě zde nelze vyhnout.

Už první citovaná definice, ač velmi široká a opatrná, uvádí aspoň „snahu získat přívržence“, což ji odlišuje aspoň od běžné reklamy. Lippman uvádí aspoň „nástroj k ovládnání mas“, Lasswell „manipulaci významnými symboly“, Bernays „důslednou a trvalou snahu vytvářet a formovat události za účelem ovlivnění vztahu veřejnosti“, Jowett „úmyslnou a systematickou snahu formovat vnímání, manipulovat poznání a chování“ za vlastním účelem, „skrytý záměr“ a „kontrolu informačního toku“.

Ačkoli autorka tyto definice „považuje za relevantní“, zvolila bez jakékoli diskuse nepoužitelné vymezení „propagandy“ jako textu s úmyslem prezentovat události tak, „aby si čtenář vytvořil jednoznačný názor a nebyly zastoupeny žádné jiné názorové alternativy“. Pod toto vymezení by spadla nejen reklama, ale i každé tvrzení typu „dnes je pondělí“, takže je zřejmě bezcenné. Ostatně i předložená práce sama by

podle této zcestné představy musela končit „alternativním hodnocením“ autorčiných výsledků.

Toto nesmyslné „kritérium“, které propagandu vůbec nevystihuje, pak použila k „hodnocení“ několika článků z MFD a z Izvěstí a přiřadila jim hodnoty, které o propagandě neříkají téměř nic. Pečlivě zpracované tabulky z těchto „údajů“ o ničem pak vypadají jako výsměch kvantitativní metodě, jako karikatura vědecké metody vůbec. Vlastním cílem univerzitní kvalifikační práce přitom musí být (minimálně) právě prokázat, že student dokáže vědecky pracovat.

Z tohoto důvodu – ač nerad – **práci nedoporučuji k obhajobě.**

V Praze 11.8.2015

Prof. Jan Sokol