

Miroslav Kouba, Dagmar Magincová, Ivo Říha (eds.): *Kontexty propagandy*. Pardubice: Vydavatelství University Pardubice, 2012, 350 stran.

Kolektivní monografie *Kontexty propagandy* editorů Miroslava Kouby, Dagmar Magincové a Iva Říhy si neklade malé cíle. K reflexi fenoménu propagandy chce vedle obvyklých přístupů (sociologický, psychologický, policko-ekonomický, lingvistický či mediální) přispět především svým interdisciplinárním přístupem, spočívajícím v uchopení a analýze konkrétních propagand a jejich (společenských) důsledků ve specifických historických kontextech.

Význam propagandy rapidně vzrostl po 1. světové válce, která naplno obnažila její sílu a účinnost, avšak také přispěla k nárůstu značně hanlivých konotací tohoto pojmu. Účinnosti propagandy rovněž pomáhalo institucionalizované využití metod obchodní reklamy, které již byly zvláště v USA (již v 19. století) na značné vysoké praktické a teoretické úrovni. Propaganda se dále postupně stávala významným moderním nástrojem států, jež systematicky využívaly ideologicko-politickou, ekonomickou, kulturní a didaktickou (či socializační) propagandu jako nástroj mocenského boje, ať už uplatňováním moci směrem dovnitř, nebo ven. Dnes je propaganda převážně chápána jako záměrná, koncepční a systematická snaha o formování představ, ovlivňování a usměrňování citů, vůle, postojů, názorů, mínění a chování lidí za účelem dosažení takové reakce, která by byla v souladu s úmysly a potřebami propagandisty; k tomu používá libovolné vhodné persvazivní prostředky. S postupným „zvědečtáním“ moderní propagandy, spočívajícím v cíleném a integrovaném využívání rafinovaných metod nápodoby, působení na podvědomí a vybudování emocí, vyvolávání davové psychózy a interakce (Le Bon by se až divil), jakož i v perfektně propracovaném načasování a „napasování“ na existující společenské trendy spolu s ohromujícím rozšířením technických možností médií (včetně vzniku nových), se propaganda stávala stále více a více totální, nedovolující (téměř) žádného úniku od jejího působení.

Problematice propagandy se proto od doby 1. světové války věnovala celá řada autorů, často

však pouze z hlediska její praktické exekuce či z hlediska psychologického. K zásadnímu zlomu v uchopení fenoménu propagandy došlo až v 60. letech minulého století díky práci významného francouzského sociologa a filosofa Jacquese Ellula, který ve své knize *Propagandes*, vydané v roce 1962, odmítl dominanci psychologických přístupů ve prospěch sociologických, jež až do současnosti víceméně převládají (psychologické však z pochopitelných důvodů nezmizely). Z tohoto přístupu v podstatě vychází většina příspěvků v recenzované monografii; postupný posun k již zmíněné totální propagandě lze později demonstrovat například na knize *Total propaganda* (1997) Alexe Edelsteina.

Monografie *Kontexty propagandy* je rozdělena do čtyř částí: 1) Teoretická reflexe propagandy, 2) Propaganda a nacionalismus, 3) Propaganda mezi kolektivismem a individualismem a 4) Propaganda a mediální diskurs; těmto konkrétním oddílům předchází krátký, ale hutný teoretický úvod editorky Dagmar Magincové, který se zabývá propagandou jako instrumentem moci.

Příspěvky v první části patří tematicky i zpracováním k nejzajímavějším a nejlepším v celé monografii. Autoritou vědy a demarkační linií mezi propagandou a obyčejným přesvědčováním, navíc s cílem problematizovat víru v jasné rozlišení racionální argumentace od propagandistického šíření určitého postoje, se v prvním příspěvku *Možnosti zneužití důvěry ve vědecké poznání* zabývá David Šimeček. Analýze *Althusserova pojetí ideologie a konstituce subjektu*, pro propagandu tak významných pojmů, včetně jejich vztahu ke státním aparátům se v další teoretické reflexi věnuje Petr Kužel. Pro propagandu důležitou iluzí svobodné vůle coby jisté formy „sebepropagandy“, která je vykonávána „nevědomím na vědomí“, respektive sémiotickými aspekty propagandistického sdělení se zabývají příspěvky *Sebeklamné sebeospravedlnění v deterministickém rámci* Antonína Doláka a *Prožitkový aspekt propagandistického sdělení* Jarmily Doubravové. „Jinakost“ v hitlerovském Německu z antropologického pohledu pak ve svém příspěvku *Kognitivní imperativ: rasa jako biokulturní jev* zkoumá Martin Soukup. Text *Podoby propagandy v římském světě. Transformace*

propagandy jako reflexe společenských a politických změn, zaměřený především na její proměnu v souvislosti s rychlým zánikem a následnou transformací římské republiky v raný principát, nás zavádí zpět do antiky, tedy do doby, kdy byly nejprve Aristotelem zformovány tři zásady persvazivní komunikace, doplněné později právníkem Cicerem, na nichž jako na čtyřech pilířích dodnes stojí základy moderní propagandy. Pavel Titz zde demonstruje promyšlené používání propagandy v tomto období především na příkladu prezentace osoby císaře Augusta.

Ve druhé a třetí části publikace jsou následně čtenáři nabídnuty různé obsáhlé „případové studie“ použití propagandy – nacionální či totalitní – jako mocenského nástroje persvaze, což umožňuje jejich (vzájemnou) konfrontaci zvýrazňující roli společenského kontextu, ve kterém probíhají. Tematicky tyto studie varíují mezi rolí (lingvistické) propagandy při formování moderního finského, respektive estonského jazyka (Lukasz Sommer: *Linguistic in the borderland of scholarship and propaganda*), nacionální rolí propagandy v českých zemích ve 2. polovině 19. století (Ivo Říha: *Milostný motiv ve službách národně-výchovné tendence*) přes propagandu v období existence Slovenské republiky rad (Martin Durišín: *Propaganda na východnom Slovensku v čase existencii Slovenskej republiky rad*), českou kulturní propagandu za 2. republiky (Dagmar Magincová: *Křížácké kulturní tažení za druhé republiky...*) či vztah nových médií a nacionalismu (Aleš Kozár: *Nová média a některé formy vlastenectví a nacionalismu v současném Slovinsku*) až po propagandistické kampaně například ve stalinském Rusku 30. let minulého století (Zbyněk Vydra: *Kdo žije šťastně v Stalinově Rusku?*), formování obrazu nepřítele v Československu v období 1948–1996 (Eva Palivodová: *Obraz nepřítele v Československu 1948–1956*) nebo *Kontexty „vědecké propagandy“ při prosazování marxismu-leninismu na vysokých školách* Markéty Deváté. Význam případové srovnávací studie překračuje příspěvek jednoho z editorů Miroslava Kouby, tj. *Jazyk – agitace – nacionalismus: jihoslovanské proměny jazykové propagandy v době národního obrození a dnes*, analyzující roli jazyka při formování

nových moderních národních identit a států na území bývalé Jugoslávie. Jistý druh jazyka nenávisti – jak tvrdí Kouba – „se za určitých okolností všeobecného rozkladu, bezvlády a eliminace váhy slova kulturních autorit stává všeobecně uplatňovaným nástrojem násilí, nových politických a propagandistických hesel“ (s. 134). Toto zaměření se mimo jiné začíná objevovat také v textech, zabývajících se různými sociálními či etnickými konflikty i u nás (například v souvislosti s Romy či „nepřizpůsobivými“) a může se podle Kouby „relativně snadno změnit v jazyk války“ (s. 134).

Poslední oddíl je pak zaměřen na masová média spoluvytvářející společenský diskurs, v němž se realizuje novodobé propagandistické působení pravděpodobně nejčastěji. I zde čtenář najde široký výběr témat od analýzy *Jazyka protirevoluční propagandy* Tomáše Dufka, přes rozbor *Fischlovy kulturní propagandy v kontextu vládní exilové politiky v Londýně 1940–1945* Pavla Večery až k víceméně „žhavé současnosti“. Ta se odráží především v aktuálních studiích *Propaganda v české politické komunikaci na příkladu projednávání státního rozpočtu v Poslanecké sněmovně* (Martina Berrocal), *Spin doctoring jako forma propagandy v demokratických režimech* (Jakub Charvát) či v příspěvku Jiřího Studeného *Je populární manažerská literatura propagandou pozdního kapitalismu?*

Bohužel nebylo možné na omezeném prostoru této recenze třeba jen zmínit všechny další, neméně zajímavé příspěvky. Protože ale výběr témat a dílčích problémů bývá vždy více či méně subjektivní záležitostí recenzenta, neznamená tento fakt, že by recenzí opomenuté příspěvky nebyly dostatečně kvalitní. Přesto na samý závěr ještě jedna kritická výtka: monografii by prospěla alespoň krátká, do jisté míry „syntetizující“ kapitola, ve které by byly shrnuty a případně zobecněny poznatky z komparativního přístupu k různým konkrétním druhům propagandy. Konec konců právě k tomu chce tato publikace podle svých editorů přispět; bez ohledu na tuto námitku ale rozhodně stojí za to si recenzovanou publikaci přečíst.

Michal Kotík