



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Informace, dezinformace a propaganda (5HP413)

Průvodce studiem

Typ předmětu: povinný

Rozsah studijního předmětu: 4 hod. za týden

6 ECTS kreditů

Způsob zakončení: zkouška

Další požadavky na studenta: Průběžné tematické úkoly a individuální práce, absolvování závěrečného testu

Stručná anotace předmětu:

Cílem kurzu je ukázat druhy a typy možných propagandistických a manipulačních metod tak, jak se objevují v médiích v souvislosti s politicko-hospodářskými změnami, které se odehrávají jednak v souvislosti se změnou mediálních a komunikačních technologií, jinak na pozadí proměn vlastnických struktur v mediálním prostředí. Informace z dějin propagandy cca od 17. století, a zejména pak období obou totalit 20. století – nacismu a komunismu, dokázat využít jako podloží pro detekci propagandistických a manipulačních či dezinformačních aktivit v současném světě. Propaganda a manipulace nejsou pojmy patřící minulosti. I v dnešním světě mají neobyčejnou, a s technologickým rozvojem, zejména digitálních médií, stále se proměňující a rozšiřující působnost. Klíčové proto je rozpoznání produktu propagandistického nebo manipulativního charakteru a jeho odlišení od produktu profesionálně odvedené žurnalistiky. A toto rozpoznání je také cestou k detekci záměrů a zájmů původce či zadavatele manipulačních, dezinformačních a propagandistických mediálních aktivit a jeho jasné



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

vymezení na půdorysu společenské dynamiky a také mediální a žurnalistické praxe. Předmět ústroje navazuje na předmět Žurnalistická tvorba a masová komunikace a v mnoha ohledech jej rozvíjí a prohlubuje o detailnější informace.

Po úspěšném absolvování budou studenti schopni:

- orientovat se v historii i současnosti propagandy jako specifického oboru mediální a společenské komunikace, znát typy propagandy podle jejího určení (ekonomická, pedagogická, náboženská, válečná atd.), a také podle jejich podob (bílá, šedá a černá propaganda);
- zvládat přehled manipulačních a propagandistických technik v minulosti – od církevní propagandy 17. století, přes válečnou propagandu a totalitní propagandu 20. století včetně způsobů a forem využití pro tu kterou epochu klíčových technologických prostředků – až do současného období, popsat důvody a podoby existence a základní techniky propagandy a manipulace v současném světě;
- rozlišit mezi profesionální žurnalistikou a manipulační technikou; detekovat prvky propagandy skryté v žurnalistických sděleních a jejich zájmové zázemí a skrze ně indikovat společenskou dynamiku, která využívá dezinformaci a propagandu ke svým cílům – ekonomickým, politickým atd.
- znát a umět využívat psychologické determinanty propagandy, jejich využití v různých typech propagandy a politických situacích, orientovat se v podprahovém psychologickém působení skrze emoce, rituály, sugesce, identifikaci, ale i jazykové prostředky – slogany, etikety atd.;



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

- porovnávat typy manipulační a propagačních technik; osvojit si jednotlivé názory autorů zabývajících se soustavně propagandou z hlediska politologického, médiologického, sémiotického atd., orientovat se v systému manipulačních technik podle Venera (žurnalistický přístup), Ilowieckého (sociologický přístup), Chomskyho (politologický přístup) či Overtona (prognostický přístup);
- vysvětlit aktuální rysy a hrozby propagačních a manipulačních technik pro liberální demokracii; vysvětlit pojem fake-news a jeho aktuální využití i zneužití v současném mediálním diskursu
- kriticky zhodnotit nezávislost médií, proměny jejich vztahu k politickému a ekonomickému prostředí, a také otázky žurnalistické etiky v kontrastu k pojmu médiokracie.

Obsah předmětu:

1. Média a společnost ve vývoji 20. století až po současnost, vzájemné ovlivňování zájmové ekonomické a politické sféry se světem žurnalistiky a médií. Příklady zlomových historických událostí, kdy média a společnost působila soustředně nebo kontradikčně a jak se vyvíjel jejich vliv. Pojem „teorie dvou zrcadel“ jako metafory vzájemného působení médií a společnosti (resp. reality)
2. Stručná historie propagandy, historičtí předchůdci propagandy, druhy a typy propagandy podle historických epoch, podle potřeb a typů využití, podle technologií užívaných v mediální komunikaci. Pojmy agitace, propagace, politický marketing, politické kampaně a role médií v nich.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

3. Propaganda a média a jejich proměny v časových a geopolitických souvislostech – černá, šedá, bílá propaganda. Propaganda činem. Anarchismus a terorismus. Propaganda za nacismu, komunismu a demokracie. Současná propaganda v kontextu studené války mezi západem a východem a v kontextu boje s terorismem a militantním islamismem.

4. Psychologie propagandy – základní pojmy a jejich role v praktické propagandě: využívání emocí, generalizace, identifikace, projekce, racionalizace, sugesce. Proč a za jakých předpokladů je propaganda zaměřená na emocionalitu příjemce úspěšná. Jaká je role a charakteristika úspěšného propagandisty.

5. Jazyk propagandy z pohledu psychologie: stereotyp a slogan, přání a předsudky, fráze a etiketizace, ideologie a mýty, prestiž, iluze univerzálnosti. Příklady užitých propagandistických jazykových floskulí a triků z praxe v minulosti i současnosti. Jak se jazyk propagandy promítá do jednotlivých technologických prostředků komunikace (od billboardu po webovou stránku).

6. Manipulační techniky podle Venera, Ilowieckého a Chomskyho: gate-keeping, nastolování agendy, spirála mlčení, efekt třetí osoby, teorie překrytí („red herring“), tvorba zdánlivých autorit, zamlčování nepohodlných informací, šíření strachu, vytváření a multiplikace nepravdivých tvrzení, atd.

7. Politizace a estetizace médií jako účelové prostředky manipulace – charakteristika soudobé společnosti a politické trendy – profesionalizace, konkurence, populismus, divergence, vizualizace současné mediální komunikace, trivializace sdělení, tvorby příběhů, televize jako nejmocnější nástroj manipulace, moc vizuality.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

8. Brainwashing – výroba souhlasu, konformita, non-konformita, anti-konformita, nová extenze člověka, Overtonova „okna možností“, komunikační pokrytectví, spin-doctoring, médiokracie
9. Etické a emocionální dimenze mediální manipulace: Sugerování falešného „dobra“, argumentace domnělou morálkou a morálností zneužívání neinformovanosti publika, šíření intolerance ve společnosti, ovlivňování postojů „osobní ideologie“, stádní pud, fenomén autority, komplex hostility (hledání nepřítele), svobodná vůle – iluze a skutečnost
10. Cenzura jako jev historický i současný, formy cenzury – předběžná, následná, ekonomická atd. vývoj cenzurních institucí v našich zemích, politická korektnost jako skrytá cenzura
11. Dezinformace a propaganda, fake-news, zájmové, legislativní a institucionální zázemí „boje proti fake-news“, odborné a neodborné analýzy, konspirační teorie, politické a geopolitické konsekvence fake-news a jejich dopady na politickou realitu.
12. Současné vývojové trendy žurnalistiky – proměna role autora a publika pod vlivem interaktivity v internetových médiích Zničí nástup digitálních médií tištěná média?
13. Média a volební kampaně. Trendy vývoje vlivu jednotlivých typů médií na volební kampaně a výsledky. Užití a vliv sociálních sítí v kampaních.

Rozsah a obsahové zaměření individuálních prací studentů:

Seminární povinnosti (podmínkou pro připuštění ke zkoušce):



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

1. Rešerše vybraného odborného titulu z oblasti propagandy v rozsahu 7-10 slidů, prezentace v semináři (typově z okruhu autorů např. I.Ramonet, E.Canetti, G.LeBon, D.Riesman, M.Spitzer, J.Meyrowitz, G.Lipovetsky atd.);
2. Analýza vybrané ukázky z médií, na níž lze demonstrovat užití manipulačních technik v rozsahu 7-10 slidů, prezentace v semináři;
3. Recenze filmu Noam Chomsky – Manufacturing Consent – v rozsahu cca 30 ř. odevzdáno písemně.

Studijní literatura:

Povinná:

BITTMANN, L. Mezinárodní dezinformace. Praha: Mladá fronta 2000.

ISBN:978-80-204-0843-6

ŽANTOVSKÝ, P. Politická komunikace - propaganda. Praha: VŠMVV 2016.

ISBN 978-80-806747-41-5

IŁOWIECKI, M. - ŽANTOVSKÝ, P. Manipulace v médiích. Praha: UJAK 2008.

ISBN 978-80-86723-50-1

Doporučená:

MCCOMBS, M. Agenda Setting. Praha: Portál 2009. ISBN:978-80-7367-591-2

LIPPMANN, W. Veřejné mínění. Praha: Portál 205. ISBN 978-80-262-0939-3

ŽANTOVSKÝ, P. Mediální manipulace a krize v České televizi v r.2000. Praha:

IVK 2015. ISBN 978-80-87606-97-5

FARKAS, V.: Lži za války a v míru. Praha: Mladá fronta 2006. ISBN: 80-204-1357-X

VERNER, P. Propaganda a manipulace, UJAK, Praha 2011. ISBN: 978-80-7452-015-0



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons
Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.

