

Název práce: Nová média, nová hegemonie? Teoretické perspektivy postmarxismu a
afektové teorie

Typ práce: diplomová

Hodnocení práce: **velmi dobře**

Vedoucí práce: Mgr. Josef Šlerka, Ph.D.

Řešitelka práce: Bc. David Scharf

Slovní hodnocení práce

Teoretická část diplomové práce se věnuje aktuálnímu tématu vztahu mezi novými médii a politikou, konkrétně otázce vlivu nových médií na hegemonii. Autor si klade za cíl tento vztah prozkoumat prostřednictvím kombinace postmarxistické teorie hegemonie a afektové teorie.

V úvodních kapitolách autor nejprve představuje různé přístupy ke konceptualizaci nových médií v současnosti, přičemž kriticky hodnotí jak snahy o vytvoření jednotícího rámce (mediatizace), tak úvahy o nutnosti opustit samotný koncept médií. Argumentuje, že nejproduktivnější je zvolit otevřený, eklektický přístup, který odpovídá povaze mediálních studií.

Následně definuje vlastní pojetí hegemonie, které staví na myšlenkách Laclaua a Mouffe, ale obohacuje je poznatky z dalších směrů. Vytváří tak otevřenou verzi konceptu, umožňující analyzovat politické vztahy v různých kontextech. Dále představuje pole afektové teorie a snaží se v něm najít takové pojetí afektu, jež by bylo použitelné pro studium politiky a zároveň propojovalo různé tradice.

Autor v této části prokazuje schopnost kritické práce s teoriemi i jejich tvůrčí syntézu za účelem vytvoření vhodného analytického rámce pro řešení stanoveného problému. Argumentace je logická, terminologie konzistentní. Zvolená kombinace konceptů má potenciál přinést nové pohledy na vztah médií a politiky. Teoretický základ je dobře připraven pro následnou aplikaci na empirický případ.

V praktické části diplomant aplikuje teoretické koncepty představené v úvodních kapitolách na konkrétní případovou studii týkající se rasismu ve fotbale. Nejprve přibližuje sledovaný případ a zasazuje jej do kontextu tzv. afektivních veřejností. Poté podrobně analyzuje vybrané aspekty případu optikou kombinace teorie hegemonie a afektové teorie.

V první části se autor věnuje konceptům afektivní veřejnosti a afektivního uspořádání. Ukazuje jejich využití na popisu počáteční fáze případu. Dále se zaměřuje na vzájemné propojení afektu, antagonismu a technologických afordancí v prostředí nových médií.

Ve druhé části autor podrobně analyzuje sledovanou afektivní veřejnost optikou hegemonie a nehegemonických forem artikulace. Zavádí koncept afektivního naladění a afektivní nakloněné roviny. Diskutuje otázku antagonismu a polaritu v těchto veřejnostech.

V poslední části jsou načrtnuty možnosti interakce afektivních veřejností se širšími hegemonickými vztahy. Autor představuje koncepty jako management afektu či produkce afektu a naznačuje směry dalšího zkoumání.

Celkově autor prokazuje schopnost aplikovat obsáhlý teoretický aparát na konkrétní případ. Kombinace různých teoretických konceptů mu umožňuje detailní analýzu zvoleného tématu z nových úhlů pohledu. Argumentace je srozumitelná a podložená příklady z případové studie.

Za velmi přínosné považuji propojení teorie hegemonie a afektivní teorie pro porozumění dynamice afektivních veřejností. Práce představuje zajímavý pokus o prozkoumání politických aspektů těchto fenoménů. Doporučil bych ještě více akcentovat konkrétní závěry pro teorii i studium dané problematiky. Nicméně i v této podobě jde o zdařilou studii s potenciálem přispět k porozumění vztahu mezi novými médii a politikou.

Pokud jde o formální a jazykovou úpravu text, tak diplomant naplnil požadavky na diplomovou práci kladené. Za určité vybočení, nikoli však škodlivé, lze považovat jeho místy až rétoricky ornamentální styl, který však vtahuje čtenáře přiměřeně do text. Občas ale vede k natahování některých obrátů až na hranu logičnosti jako v případě věty: "Tato nestabilita pramení ze dvou nohou, o něž se afektivně síťované veřejnosti opírají – technologické propojení a afekt." Nicméně to jsou drobnosti.

U obhajoby bych se rád zastavil u diplomantovi pojmové dvojice management afektu a produkce afektu. Domnívám se, že studentovo zavedení konceptů managementu afektu a produkce afektu má určitou spojitost s Goffmanovou teorií sebe prezentace v každodenním životě.

Goffman ve své teorii pracuje s metaforou divadla a rozlišuje mezi regiony "frontstage" a "backstage". Na "jevišti" lidé vystupují určitým způsobem a snaží se managementem dojmu ovlivnit, jak je vnímá publikum. V "zákulisí" pak mohou odložit masky a jednat méně regulovaně. Ostaně diplomant jí sám zmiňuje.

Koncept managementu afektu se mi jeví jako do určité míry podobný managementu dojmu na Goffmanově "frontstage". Jde o snahu politických aktérů ovlivnit emoce publika skrze vlastní vystupování a komunikaci. Produkce afektu pak může být chápána jako rozšíření "jeviště" do online prostoru, kde jsou vytvářeny a šířeny obsahy s cílem vyvolat určité emoce. Na druhou stranu ale Goffmanova teorie je spíše mikrosociologická a zaměřená na každodenní interakce, zatímco koncepty managementu a produkce afektu cílí více na makroúroveň politických kampaní a celospolečenských debat. Takže paralela není úplná, ale

určitou inspiraci či spojitost v dynamice prezentačních strategií zde vidím. Mohlo by být zajímavé to dále teoreticky prozkoumat.

Práci navrhuji na hodnocení výborně.

Hodnotící tabulka

Aspekty práce	Možné rozpětí	Bodové hodnocení
metodologie a věcné zpracování tématu	0 – 40 bodů	35 bodů
přínos a novost práce	0 – 20 bodů	18 bodů
citování, korektnost citování, využití inf. zdrojů	0 – 20 bodů	18 bodů
slohové zpracování	0 – 15 bodů	13 bodů
gramatika textu	0 – 5 bodů	5 bodů
CELKEM		89 bodů

Výsledné hodnocení práce

Bodový zisk za práci	Hodnocení práce
0 – 50 bodů	Neprospěl, nedoporučeno k obhajobě
51 – 60 bodů	Dobře (3)
61 – 80 bodů	Velmi dobře (2)
81 – 100 bodů	Výborně (1)

V Praze dne 7. 9. 2023

Ústav informačních studií a knihovnictví
Filozofická fakulta
Univerzita Karlova

Mgr. Josef Šlerka, Ph.D.