

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ

Studium humanitní vzdělanosti



Bakalářská práce

**Propaganda v českých a ruských médiích:
případ Krymské krize**

Darja Stomatová

Vedoucí práce: PhDr. Mgr. Tomáš Váňa, M. A.

Praha 2015

BIBLIOGRAFICKÝ ZÁZNAM

STOMATOVÁ, Darja. (2012). *Propaganda v českých a ruských médiích: případ Krymské krize*. Praha. 46 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií. Obor Studium humanitní vzdělanosti. Vedoucí diplomové práce PhDr. Mgr. Tomáš Váňa, M. A.

ANOTACE

Ve své bakalářské práci se zabývám fenoménem propagandy. Zaměřuji se především na otázku, zda můžeme v dnešních médiích sledovat propagandistické tendence. Pro své potřeby jsem si zmapovala teoretické koncepty propagandy předložené různými odborníky. Svůj teoretický přístup nakonec opírám hlavně o definici propagandy dle Gartha S. Jowetta a Victorie O'Donnell. Finální hypotézu následně komparuji s vybranými články dvou periodik – českého deníku Mladá fronta Dnes a ruského deníku Izvestia.

ANNOTATION

In my thesis I deal with the phenomenon of propaganda. The focus is mainly on the question of whether or not we can observe propaganda tendencies in today's media. For my needs, I mapped out the theoretical concepts of propaganda put forward by different experts. This theoretical approach ultimately leans mainly on the definition of propaganda, according to Garth S. Jowett and Victoria O'Donnell. The final hypothesis subsequently compares selected articles from two magazines - Czech daily Mlada fronta Dnes and the Russian newspaper Izvestia.

АННОТАЦИЯ

В своей диссертации я имею дело с явлением пропаганды. Внимание в основном концентрирую на вопрос, можно ли в сегодняшних СМИ наблюдать пропагандистские тенденций. Для своих потребностей, я наметила теоретические концепции пропаганды, выдвинутые различными экспертами. Мой теоретический подход, наконец, опирается в основном на определение пропаганды, согласно Гарта С. Джоветта и Виктории О'Доннел. Окончательную гипотезу в следствии сравниваю с отдельными статьями двух газет - чешского ежедневника Млада фронта Днес и российской газеты Известия.

KLÍČOVÁ SLOVA

propaganda, média, manipulace, dezinformace, tisk, Mladá fronta Dnes, Izvestia, krymská krize

KEYWORDS

propaganda, media, manipulation, disinformation, newspapers, Mlada fronta Dnes, Izvestia, Crimean crisis

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

пропаганда, манипуляция, СМИ, дезинформация, газеты, Млада фронта Днесь, Известия, Крымский кризис

Prohlášení o autorství práce

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu. Současně dávám svolení k tomu, aby tato bakalářská práce byla umístěna v Ústřední knihovně UK a používána ke studijním účelům.

V Praze dne

.....

Darja Stomatová

Poděkování

Mé poděkování patří PhDr. Mgr. Tomáši Váňovi, M. A., za cenné rady, odborné vedení, trpělivost a ochotu, kterou mi v průběhu zpracování bakalářské práce věnoval. Ráda bych též vyjádřila své díky rodině a přátelům, kteří mi byli vskutku nezaměnitelnou oporou.

OBSAH

ÚVOD	1
1. PROPAGANDA.....	3
1.1. ETYMOLOGIE POJMU PROPAGANDA.....	3
1.2. DEFINICE PROPAGANDY	4
1.2.1. Definice Waltera Lippmanna (1889-1974).....	5
1.2.2. Definice Harolda Lasswella (1902-1978).....	5
1.2.3. Definice Edwarda L. Bernayse (1891-1995)	6
1.2.4. Definice Jacqua Ellula (1912-1994)	7
1.2.5. Definice Gartha S. Jowetta a Victorie O'Donnell.....	8
1.3. Z HISTORIE PROPAGANDY.....	9
1.3.1. Propaganda během první světové války	10
1.3.2. Nacistická propaganda.....	11
1.3.3. Komunistická propaganda.....	12
1.3.4. Propaganda během studené války.....	13
1.4. TYPOLOGIZACE PROPAGANDY	14
1.4.1. Bílá, šedá a černá propaganda.....	14
1.4.2. Typy propagandy dle O. Thomsona	16
1.4.3. Typy propagandy dle J. Ellula	16
1.5. MÉDIA A PROPAGANDA	18
1.5.1. Mediální manipulace.....	18
1.5.2. Nástroje mediální manipulace	19
1.6. SHRUTÍ.....	20
2. VÝZKUM.....	21
2.1. MF DNES.....	22
2.1.1. Výtisk No. 56, pátek 7. 3. 2014	22
2.1.2. Výtisk No. 57, sobota 8. 3. 2014.....	24
2.1.3. Výtisk No. 58, pondělí 10. 3. 2014	24
2.1.4. Výtisk No. 59, úterý 11. 3. 2014.....	24
2.1.5. Výtisk No. 60, středa 12. 3. 2014.....	25
2.1.6. Výtisk No. 61, čtvrtek 13. 3. 2014	25
2.1.7. Výtisk No. 62, pátek 14. 3. 2014	25
2.1.8. Výtisk No. 63, sobota 15. 3. 2014.....	26

2.1.9.	Výtisk No. 64, pondělí 17. 3. 2014	27
2.1.10.	Výtisk No. 65, úterý 18. 3. 2014	27
2.1.11.	Výtisk No. 66, středa 19. 3. 2014	28
2.2.	IZVESTIA.....	29
2.2.1.	Výtisk No. 42, pátek 7. 3. 2014.....	29
2.2.2.	Výtisk No. 43, úterý 11. 3. 2014.....	32
2.2.3.	Výtisk No. 44, středa 12. 3. 2014.....	33
2.2.4.	Výtisk No. 45, čtvrtek 13. 3. 2014	34
2.2.5.	Výtisk No. 46, pátek 14. 3. 2014	35
2.2.6.	Výtisk No. 47, pondělí 17. 3. 2014	36
2.2.7.	Výtisk No. 48, úterý 18. 3. 2014.....	37
2.2.8.	Výtisk No. 49, středa 19. 3. 2014.....	38
ZÁVĚR.....		41
LITERATURA.....		42
Příloha č. 1 (tabulka)		44
Příloha č. 2 (graf)		46

ÚVOD

Naše doba je bezesporu dobou informací. Ten, kdo vlastní informace, je schopen ovlivňovat masy, aniž by musel užít fyzického násilí. Možná právě v tom se kryje to největší nebezpečí – fyzické násilí je viditelné, ale manipulace, obzvláště hromadná, je dost obtížně detekovatelná. To je důvod, proč je role médií v dnešní společnosti tak významná. Média, jakožto společensky akceptovaný hegemon, ovlivňují diskurz široké veřejnosti a všeobecné společenské nálady, sympatie a antipatie. Jak mohou média působit, pokud se ocitnou v nesprávných rukou, neznáme jen z doslechu. Mnozí z nás si totiž stále pamatují, jaké to bylo existovat ve společnosti, kde vládla agresivní propaganda a cenzura. Mít vlastní názor bylo nebezpečným privilegiem, které si nemohl dovolit každý. Totalitní éra je pryč. Žijeme ve společnosti demokratické, která nás slavnostně honorovala svobodou slova a projevu, čehož taky zplna využíváme. Někteří by snad mohli namítnout, že propaganda do našeho světa nepatří, že propaganda je hanebnou pozůstalostí tragické minulosti, že není třeba se jí zabývat. Já se však domnívám, že je tomu naopak. V souvislosti s posledními politickými událostmi v Evropě a myšlenkou, že se blíží velké změny. V souvislosti s tím, že se stále více doslýcháme o tak zvané hybridní válce, která zní jako děsivé zaklínadlo našeho století, je třeba se propagandou zabývat v mnohem větší míře než kdy jindy. Právě tímto názorem jsem se řídila, když jsem se rozhodovala, čím se ve své bakalářské práci budu zabývat. Chtěla bych poukázat, že propaganda je důležitá a je potřeba se jí řádně věnovat.

Tato bakalářská práce obsahuje dvě části – teoretickou a praktickou. Abychom se mohli zabývat výzkumem propagandy, je nejprve potřeba pochopit, co to vlastně z odborného hlediska je a jak může v praxi působit. V teoretické části této práce se proto věnuji hlavně definování tohoto pojmu. Vycházím z odlišných přístupů, které vznikaly během dvacátého století, kdy se propaganda stala hojně využívanou praktikou. V této části se zabývám i etymologickým původem pojmu, propagandou v historii, typologizací a souvztažností propagandy s masovými sdělovacími prostředky.

V praktické části pak teorii střídá praxe, přesněji výzkum. Cílem mé práce je zkoumat výskyt propagandy ve vybraném periodickém tisku. Vybrala jsem si český deník Mladou frontu Dnes a ruské periodikum Izvestia. Výběr nebyl náhodný. V obou případech se jedná o deníky privátní, celostátní, které jsou v daném regionu jedny z nejčtenějších. Důvod proč jsem zvolila deník v České republice a Rusku je ten, že mě zajímá, nakolik se fámy shodují s fakty. O ruských médiích se totiž říká, že jsou silně propagandistické, proto jsem chtěla zjistit, zda to tak skutečně je a jak to oproti Rusku vypadá v České republice. Případ, který jsem si pro výzkum vybrala, též nebyl náhodný. Rozhodla jsem se totiž sledovat, jakým způsobem informují vybraná periodika své čtenáře o situaci odehrávající se na krymském poloostrově během ukrajinské krize. Oba periodika se touto problematikou zabývala. Navíc si myslím, že pokud jsou ruská média propagandistická, je to právě ten případ, na kterém by se to dalo velice dobře pozorovat, neboť se pro Rusko jedná o problematiku velice palčivou. Pro samotný výzkum jsem se rozhodla využít metodu obsahové analýzy, která se k analýze mediálních obsahů často využívá. Během výzkumu pak budu rozebírat jednotlivé články obou periodik, které považuji za relevantní a budu je porovnávat s předem stanovenou hypotézou. Ve výsledku pak určím, zda je článek propagandistický či nikoli a vyvodím závěr.

1. PROPAGANDA

1.1. ETYMOLOGIE POJMU PROPAGANDA

Etymologický původ slova propaganda spadá do doby, kdy v Evropě měla hlavní slovo katolická církev. Proto se ani nemůžeme divit, že poprvé byl tento pojem užit právě v konotacích religiálních. Papež Řehoř XV. (1621-1623) vydal 22. června 1622 bulu *Inscrutabili Divinae* a založil tak instituci zvanou *Sacra Congregatio de Propaganda Fide*¹. Tato kongregace vznikla jakožto reakce na postupující reformaci v Evropě a měla za úkol „duchovními zbraněmi, modlitbami a dobrými skutky, kázáním a katechismem, znovu dobýt země, které církev ztratila v debaklu šestnáctého století a koordinovat efektivní misijní činnost za šířením evangelia v pohanských zemích...“. [Guilday, 1921:480] Kongregace se rychle stala jedním z nejmocnějších nástrojů církve. Papež Urban VIII. (1623-44) v této tendenci pokračoval a roku 1627 rozšířil Kongregaci o tzv. *Collegium Urbanum*. Jednalo se o seminář, který měl vzdělávat mladé kněze, mladé „propagandisty“, jak byli absolventi semináře nazýváni [Jackall, 1995:1].

Původní latinský pojem *prōpāganda* neboli 'šíření', což je *gerundium* slovesa *prōpāgare* – v překladu 'rozšiřovat, rozmnožovat' [Rejzek, 2002], tak pomalu ztrácelo svůj neutrální význam. Propaganda, o kterou usilovala římskokatolická církev, totiž měla za úkol nejen šířit katolickou víru do Nového světa, ale i potlačovat víru protestantskou. Následkem se tento pojem začal používat spíše s podtextem negativním [Jowett & O'Donnell, 2012:2]. K tomu pak výrazným způsobem přispěly i události 20. století, kdy došlo k masivnímu rozšíření tohoto pojmu, primárně pak ale v souvislosti s propagandistickou činností politických režimů – fašismu, nacismu a socialismu. Pojem propaganda se „začal užívat jako pejorativní označení pro obvinění opozičního politického směru zvláště ve 20. století. Například historici často užívají tento termín při zamítnutí historické hodnoty projevu agitátora, političtí aktivisté užívají tento pojem, aby shodili argumentaci

¹ Svatá kongregace pro šíření víry se původně skládala ze třinácti kardinálů a dvou prelátů, a její oficiální označení znělo „*Sacra Congregatio christiano nomini propagando*.“ [Jackall, 1995]

opozice, a národní státy označují jako propagandu každý kritický projev vůči jejich zahraniční politice.“ [Bennet & O'Rourke, 2006] Propaganda se tak stala pojmem, který byl v průběhu 20. století tabuizován a dokonce nahrazován pojmy jinými, stala se objektem doublespeaku. V souvislosti s tím se západní demokracie od ní výrazně distancovaly. To však neznamená, že by propaganda přestala v našem moderním světě naprosto existovat. Naopak, je všude kolem nás, jen získala mnohem sofistikovanější a skrytější podobu. Jak řekl otec public relations Edward Louise Bernays: „*Jestliže můžeme používat propagandu pro válečné potřeby, určitě ji můžeme využívat i pro mír.*“ [Ftorek, 2010: 29]

1.2. DEFINICE PROPAGANDY

Pokud bychom hledali jednoduchou definici propagandy, která by vystihovala všechny její charakteristické vlastnosti, neuspěli bychom. Slovník spisovného jazyka českého definuje propagandu jako „veřejné šíření myšlenek, názorů ap. s cílem získat přívržence“ [134a, sv. II.: 931]. Zhruba od počátku 20. století se tento fenomén stal objektem bádání mnoha odborníků – propaganda byla studována historiky, žurnalisty, politology, psychology a sociology. Další se ji pokoušeli sledovat i z hlediska interdisciplinární perspektivy. Ačkoli není pochyb o tom, že každá definice přinesla do studia něco nového, žádné se nepodařilo vystihnout pravou podstatu této rozsáhlé problematiky.

Pokud bychom přesto chtěli vymezit dva extrémy, na jedné straně bychom našli prohlášení Jacqua Diencourta, že „*Toute est propagande*“ neboli vše je propagandou a na opačném poli mínění, které zastávají někteří američtí sociologové a to, že přesná definice propagandy není možná [J. Ellul, 1973, X. – XI.]. Ani jedna tato alternativa není pro nás vhodná, neboť nám nenabízí žádné východisko a naopak nás předurčuje k předčasnému neúspěchu.

V této fázi bych proto ráda uvedla alespoň ty definice, které považuji za relevantní. Domnívám se, že nám jednak pomohou porozumět tomu, co to vlastně propaganda je a zároveň vymezit tu definici, na které budu následně

zakládat svůj výzkum. Mezi nejvýznamnější teoretiky propagandy v období před druhou světovou válkou pak patří Walter Lippmann, Harold Lasswell a Edward L. Bernays. V poválečném období nelze nezmínit přístupy Jacquesa Ellula a teoretiků Gartha S. Jowetta a Victorie O'Donnell.

1.2.1. Definice Waltera Lippmanna (1889-1974)

Jednu z nejstarších definic propagandy nabídl americký novinář a filosof Walter Lippmann – jeden z nejvýznamnějších teoretiků výzkumu veřejného mínění. Podle Lippmanna „*propaganda is an effort to alter the picture to which men respond, to substitute one social pattern for another.*“ [Lippmann, 1997:16] Lippmann svou definici zakládá na tzv. teorii stereotypů. Stereotypy se rozumí „překoncipované, zjednodušené, standardizované obrazy společenské skutečnosti ve vědomí. Tyto obrazy působí jako stimuly určitých společenských citů, sympatií nebo antipatií, jakmile se jejich nositel setká ve společnosti s něčím, co vyvolá nějakou asociaci s těmito stereotypy....[ty] jsou šířeny a udržovány zejména pomocí všech prostředků masové propagandy“ [Steiner, 1968:106] Umění propagandistů pak vychází ze schopnosti tyto stereotypy využívat ve svůj prospěch. Lippmann tvrdí, že elita využívá masmédiá a propagandu jako nástroje k ovládnutí mas. Ve své podstatě obyčejný člověk totiž nemá přístup ke všem informacím. Jakožto soukromá osoba nemá tušení, co přesně se děje, kdo to dělá a kde se to děje. [Lippmann, 1925]

1.2.2. Definice Harolda Lasswella (1902-1978)

Lasswell chápe propagandu jako základní nástroj řízení veřejného mínění vládou. Definuje ji jako „*ovládání kolektivních postojů prostřednictvím manipulace významnými symboly.*“ [Lasswell, 1927:627] Podle něj propaganda funguje v demokratických společnostech podobně jako násilí a zastrašování ve společnostech diktátorských. Prvně se též objevuje zmínka o symbolech. Symboly jsou důležitou součástí propagandy. O tom se můžeme přesvědčit i na příkladu nacistické svastiky či vztyčené pravice, které se nám v dnešní době jeví jako synonymy nacistického Německa.

Harold Lasswell je též autorem teorie o třech aspektech masových médií: „*Kdo říká komu co jakým kanálem s jakým účinkem?*“ (1948). Aplikujeme-li tuto teorii na teorii propagandy, pak je propaganda postavena na třech pilířích: a) sdělení obsahující propagandistické poslání musí být doručeno recipientovi, b) recipient musí toto sdělení akceptovat, c) sdělení musí být recipientem vnímáno jako vlastní čili musí se s ním ztotožnit.

Z Lasswellových studií nakonec vycházel i americký Institut pro analýzu propagandy, který přišel s vlastní definicí:

„Propaganda je záměrné vyjádření názorů nebo činnost jednotlivců nebo skupiny s ohledem na ovlivňování názorů nebo akcí jedinců či skupin s předem určeným cílem prostřednictvím psychologické manipulace.“ [Ellul, 1973, XI. – XII.]

1.2.3. Definice Edwarda L. Bernayse (1891-1995)

Edward Bernays, rodák z Vídně a synovec Sigmunda Freuda, se dá považovat za zakladatele propagandy jako vědního oboru. Propaganda je podle něj *„důsledná a trvalá snaha vytvořit a formovat události za účelem ovlivnění vztahu veřejnosti ke společnosti, myšlence, nebo skupině lidí.“* [Bernays, 2004:25] Inspiroval se Freudovými principy skrytých motivů v podvědomí, které užíval k zastírání komerčních či politických záměrů propagandy. Je též otcem pojmu Public Relations, které přímo s propagandou souvisí. Podle Bernayse je totiž slovo propaganda ovlivněné tím, jak ho používali Němci, proto se pokusil najít jiný výraz, a tak vznikla Rada pro vztahy s veřejností (Council on Public Relations). V roce 1919 pak spolu se svou manželkou založil stejnojmennou agenturu. [Ftorek, 2010:29-30] Na rozdíl od většiny ostatních teoretiků, neviděl Bernays propagandu jako ryze negativní prvek, ba naopak ji považoval za společnosti přínosnou. Dokonce sám tyto manipulační techniky úspěšně ovládal².

² Koncem 20. let 20. století získal Bernays zakázku od tabákové korporace American Tobacco Company. Jeho úkolem bylo rozšířit kouření cigaret mezi ženami. Na základě konzultace s psychoanalytikem zjistil, že ženy vidí v cigaretách symbol svobody v tradičně mužsky dominantním světě. Vycházeje z těchto zjištění rozpoutal kampaň, která měla popularizovat představu ženy, kouřící cigaretu. Vše vyvrcholilo roku 1929, kdy ulicemi New Yorku procházely ženy svobodně kouřící cigarety ve znamení ženské emancipace a uvědomění si vlastní síly.

Bernays se podílel i na politické propagandě, přesněji na komercializaci amerických válek, které měly „vytvořit svět jistý pro demokracii“. V komentáři ke svému stěžejnímu dílu *Propaganda*, píše: „Porozumíme-li mechanismům a motivům skupinového vědomí, můžeme pak libovolně kontrolovat a řídit masy, aniž by si to uvědomovaly.... Vědomé a inteligentní manipulování organizovanými zvyklostmi a názory mas je důležitým prvkem demokratické společnosti.“ Bernays tedy považuje manipulaci za přirozenou vlastnost demokratické společnosti, kdy chytří mají svobodu manipulovat hloupými využívajícíe tzv. „stádnosti davu“, která se zakládá na napodobování chování většiny. [Verner, 2011:45]

1.2.4. Definice Jacqua Ellula (1912-1994)

Jacque Ellul nahlíží na propagandu z mnohem širší sociologické perspektivy – jako na sociologický fenomén a nikoli jako na něco, co je výsledkem činnosti určitého člověka za nějakým konkrétním účelem. Propagandu považuje za „*soubor metod používaných organizovanou skupinou, která chce dosáhnout aktivní nebo pasivní účasti na svých činnostech od mas (skládajících se z) jednotlivců (...)*.“ [Ellul, 1973:61] Právě tento přístup jej odlišuje od ostatních badatelů. „*Propaganda existuje a vzkvétá: je to siamské dvojče naší technologické společnosti.*“, píše Ellul [1973]. Tvrdí, že všechna neobjektivní sdělení ve společnosti byla propagandistická dokonce už tehdy, kdy byla nevědomá. Propaganda je dle něj nezbytnou součástí masové společnosti, ve které člověk žije, neboť mu umožňuje se účastnit různých společenských činností. Zároveň se Ellul domníval, že jelikož se propaganda projevuje bezprostředně, znemožňuje kritické myšlení a kazí percepci historie. [Jowett & O'Dowell, 2012] Důraz klade na psychologický aspekt, který považuje za jeden z faktorů tvořících propagandu. Propagandu vnímá jako techniku samu o sobě. Techniku psychologické manipulace, která u

Bernays navíc nechal několik žen pózovat s cigaretou v ruce či ústech před fotografy. Následující den se objevily v novinách s titulkem *Pochodně brigády svobody*, což mělo navazovat spojitost s hořící pochodní Sochy svobody a reprezentovat emancipaci žen ze zajetí společenských konvencí. Cigareta tak poskytla ženám pocit síly a nezávislosti. [Verner, 2011:44-45, Ftorek, 2010:30-31]

jedince nejprve vyvolává pochybnosti o tom, čemu věří a co dělá, a následně komplexními metodami jej přeměňuje ve spojence a usiluje o konformitu individua [Chlupáč, 1978:40]. Propagandista podle Ellula postupně „[...] buduje své techniky na základě znalostí o člověku, jeho touhách, jeho potřebách, jeho psychických mechanismech, jeho formováním – a stejně tak na sociální psychologii a hlubinné psychologii“ [Ellul, 1973: 4]. Ellul též pracuje s pojmem mýtu. Propaganda totiž produkuje a uchovává tyto mýty. Mýtem zde pak rozumíme určité vyprávění, které může a nemusí být pravdivé, a o jehož pravdivosti recipient může a nemusí pochybovat. Ty pak v první řadě ztělesňují hlavní hodnoty, které chce vštípit cílové skupině a vnucuje publiku kompletní seznam intuitivních znalostí, které připouštějí jen jednu interpretaci. K vyvolání žádoucího efektu jsou pak mýty opakovány. Kromě mýtů zmiňuje Ellul i ideje a pocity, které atakují vědomí a nevědomí člověka, a zasahují do jeho veřejného i soukromého života [Ellul, 1973: 5-15; O’Shaughnessy, 2004: 88; Tylor, 2003: 11]. Zajímavá je pak i Ellulova typologie propagandy – politická, sociologická, agitační a integrační. K té se ale dostaneme později.

1.2.5. Definice Gartha S. Jowetta a Victorie O’Donnell

Z tohoto výčtu různých definic můžeme poznat, že propaganda je natolik obsáhlý pojem, který může být definován velice odlišnými způsoby. Ačkoli vlastní základ zůstává stejný, kdy podstatou propagandy je propagovat tedy šířit nějakou vlastní myšlenku do okolí, velice záleží na tom z jaké perspektivy, z jakého oboru vědec k výzkumu přistupuje. Uvedené definice pak jsou pro účely tohoto výzkumu příliš obecné. Propagandu definují jako něco náhodného, neplánovaného, tedy ji vnímají z příliš široké perspektivy. Proto jsem vybrala definici Gartha S. Jowetta a Victorie O’Donnell, neboť se domnívám, že se nejlépe hodí k záměrům této práce, protože vnímá propagandu jako určitou formu komunikačního procesu a klade důraz na záměr propagandisty. Relevantní je i z hlediska aktuálnosti, neboť většina uvedených definic chápe propagandu jako fenomén uplatňovaný v režimech autoritativních. Jedná se o jednu z nejnovějších a nejpoužívanějších definic propagandy. Její znění je následující:

„Propaganda představuje úmyslnou a systematickou snahu formovat vnímání, manipulovat poznání a přímé chování k dosažení reakce, která následuje požadovaný záměr propagandisty.“ [Jowett & O'Dowell, 2012:7]

Propagandu jakožto formu komunikace vymezují autoři vůči informativní klasické formě komunikace, které jde především o vzájemnou shodu a porozumění komunikačních stran. Cílem propagandisty ale není dojít ke shodě, nýbrž propagovat své záměry. Hlavní charakteristiky propagandy jakožto komunikačního procesu jsou uvedeny v díle *Propaganda and Persuasion* (2012).

Skrytý záměr propagandisty je prvním znakem propagandy. Cílem propagandisty je totiž propagovat vlastní zájmy (případně zájmy nějaké organizace, např. vládní zájmy). Propagandista manipuluje a skrytě přesvědčuje své „publikum“. V některých případech ani nemusí sám věřit ve správnost propagovaných informací. Další důležitou vlastností je skrytá identita propagandisty a to za účelem dosažení propagandistových cílů. Jako poslední zmiňují Jowett a O'Donnell kontrolu informačního toku. Ta probíhá skrze některé specifické manipulační techniky jako zadržování informací, cílené zveřejnění informací v době, kdy je to propagandistovi výhodné, zveřejnění určité informace spolu s jinou informací s cílem celkově ovlivnit její vnímání, vytváření informací, cílené sdělování informací vybranému publiku, a zkreslování informací. Zároveň může propagandista kontrolovat informační toky dvěma různými způsoby. Bud kontroluje média jakožto informační zdroj, anebo prezentuje zkreslené informace pod rouškou důvěryhodného zdroje. [44-46]

1.3. Z HISTORIE PROPAGANDY

Příklady propagandy můžeme najít v těch nejstarších dějinách lidské civilizace. Sice nemůžeme považovat tyto formy propagandy za institucionalizované nástroje v té podobě, ve které se vyskytují dnes, rysy propagandistického působení jsou zde přeci jen k nalezení. Můžeme například vzpomenout starověké Řecko a Řím, kde účinným nástrojem šíření

idejí byla řeč. Řečnictví zde mělo propracovanou podobu a řečník hlavním způsobem usiloval o to, aby se jeho ideje šířily dál. Toto umění bylo považováno za obdivuhodné a velice se cenilo. [Chlupáč, 1978:23]

Prostředky a nástroje propagandy se následně proměňovaly a získávaly mnohem propracovanější podobu. Už v 17. století vznikla ve Francii ideologická žurnalistika. První tištěné propagandistické periodikum bylo založeno roku 1631 dvorním lékařem krále Ludvíka XIII., Théophrastem Renaudotem. Byl to pařížský týdeník La Gazette. Noviny podporovaly a propagovaly ideologické zájmy kardinála Richelieu, který je dodnes považován za jednoho z nejvlivnějších mužů Francie té éry. [Verner, 2011:9]

V této kapitole bych ráda představila některé příklady propagandistického působení na člověka a společnost v historii 20. století. Domnívám se, že nahlédneme-li na konkrétní ukázky, lépe pochopíme, jak propaganda skutečně působí.

1.3.1. Propaganda během první světové války

První světová válka je základním mezníkem ve vývoji propagandistické praxe, neboť odhalila její rozsáhlý potenciál pro řízení masové společnosti. Mnoho tehdejších specialistů na propagandu jako například již zmíněný Edward L. Bernays nebo Walter Lippmann se zapojilo do propagandistických kampaní na podporu válečných snah svých zemí. V USA dokonce existoval Výbor pro veřejné informace³, který byl založen na popud prezidenta Wilsona. Cílem bylo podporovat účast USA v první světové válce. „Jedná se o první vládou zřízenou organizaci, která použila propagandu v masovém měřítku a s velkým úspěchem.“ [Ftorek, 2010:28]

Po I. světové válce ztratilo slovo propaganda v USA a ve Velké Británii svůj původní, neutrální význam, který vyjadřoval praxi ovlivňování mínění, šíření určité myšlenky, víry nebo názoru. Propaganda se pro většinu zejména americké veřejnosti stala sprostým slovem, plným odporu a lži. V kontinentální Evropě došlo k podobnému posunu ve vnímání propagandy až po II. světové válce, a to zejména v důsledku praxe říšského ministerstva

³ Též Creel Commission – podle příjmení předsedy této komise George Creela, též bývalého novináře a pozdějšího politika.

lidové osvěty a propagandy nacistického Německa, řízeného ministrem a mistrem propagandy Josephem Goebbelsem.“ [Ftorek, 2010:29] Na druhé straně, masivní užívání propagandy zároveň přivedlo k tomu, že se o ni začalo zajímat stále více odborníků.

1.3.2. Nacistická propaganda

Nacistická propaganda je jedním z největších případů použití propagandistických technik v historii lidstva. Šířena byla primárně skrze německý tisk, který kladl důraz na masovost, jednoduchost a stereotypy. V důsledku první světové války se Německo navíc ocitlo v silné společenské a ekonomické krizi. Toho pak využil německý nacistický vůdce Adolf Hitler, který svými cílevědomě připravovanými projevy dokázal přesvědčit a podrobit masy vládním cílům. „Masa se neřídí zákony objektivit a přesvědčování, její síla tkví ve fanatismu víry, a nikoliv vědění. Protože též nesnáší žádné polovičatosti, chce mít vše srovnáno do jednoznačných schémat: nenávisť či lásku, právo nebo křivdu, pravdu nebo lež, jen ne žádné směsi, kritičnost, třídění, domnělé duchaplné nápady. Žádá jednoduché a obecně srozumitelné závěry, jichž nesmí být mnoho a k nimž je nutno vždy znovu a znovu z různých stran dospívat a opakovat je bez ustání a při každé příležitosti.“, napsal Hitler ve svém díle *Mein Kampf* (1924). Od toho se odvíjela i specifická strategie, kterou užíval při svých projevech, především pak na začátku své kariéry. Začínal vždy proslovem o tom, jak je jeho milovaná země v nebezpečí. Šířil hrůzu. Následně poukazoval na konstruktivní možnosti řešení této situace a snažil se tak získat sympatie davu. Během tří let se Hitlerovi podařilo změnit masu nadšenců a váhajících přívrženců v masovou organizaci militantního charakteru. [Verner, 2011:33-38]

V *Mein Kampf* se mimo jiné věnuje i otázce propagandy. Ke smyslu propagandy se vyjadřuje následujíc: *"Propaganda tu není proto, aby ustavičně přinášela blazeovaným mladým pánům interesantní změnu, nýbrž aby přesvědčovala a aby přesvědčila masy. Ty však potřebují při své těžkopádnosti vždycky určitý čas, než jsou schopny vzít nějakou věc na vědomí, a jejich pozornost upoutáme jen tehdy, opakujeme-li základní pojmy tisíckrát. Žádná*

změna nesmí nikdy měnit obsah toho, co se propaguje, nýbrž musí vždycky nakonec říkat totéž. Ale potom s úžasem shledáváme, k jakým ohromným, skoro nepochopitelným výsledkům taková vytrvalost vede. Každá reklama, ať je to v obchodě nebo v politice přináší úspěch jen tím, že se vytrvale, stejnoměrně a jednotně opakuje. Jistě se musí heslo osvětlit z různých stran, ale každá taková úvaha se musí zakončit oním heslem samým." [Svršek, 2004]

Neméně významnou postavou nacistické propagandy byl i říšský ministr Josef Goebbels. Realizoval ji předně skrze tisk, rozhlas, film a řečnické projevy. V roce 1927 začal vydávat vlastní list *Der Angriff* (Útok), kterým v sarkastické, vulgární a zesměšňující formě šířil antižidovské nálady. Vycházel z předpokladu, který je ústřední pro celou jeho propagandu a to, že masy jsou primitivní. [Verner, 2011:40-41] Podle Jozefa Ftorka vycházel Goebbels z prací Edwarda L. Bernayse. „*Když se E. L. Bernays o Goebbelsově knihovně s mnoha unikátními svazky a texty zaměřenými na propagandu dozvěděl, byl údajně, i z důvodu svého původu, velmi zarmoucen, o to více, že Goebbles si měl velmi cenit jeho knihy Krystalizace veřejného umění (Crystallizing Public Opinion, 1923), kde prý našel inspiraci pro komunikaci řešení židovské otázky v Německu.*“ [Ftorek, 2010:35]

1.3.3. Komunistická propaganda

Stejně jako nacistická tak i komunistická propaganda využívala jako svůj nástroj hlavně tištěná média. Na I. sjezdu sovětských žurnalistů (1918) dokonce vytvořili projekt internátních novinářských kurzů⁴ a následně byly do stávajících redakcí posíláni čerstvě vyškolení straničtí pracovníci, aby z periodického tisku učinili ideologický nástroj boje strany. Započalo tak období totalitní bolševické žurnalistiky, kdy za vydávání všech novin v Rusku odpovídala bolševická vláda. Byly zestátněny i tiskárny. Kontrolu veškerých informací podávaných do zahraničí prováděla první státní ruská zpravodajská agentura ROSTA⁵. [Verner, 2011:47]

⁴ Později se jim říkalo Institut rudých žurnalistů v Moskvě.

⁵ Tato agentura byla roku 1925 přejmenovaná na TASS (Tisková agentura Sovětského svazu) a v dnešní době stále působí jako tisková kancelář Ruské federace.

Propagandou se nepřímo zabýval i Lenin. Ve svém díle zformuloval teorii revoluční politické strany, která je zdrojem marxistické teorie politiky. Od ní se pak odvozuje i teorie propagandy. „Lze tedy říci, že leninské pojetí propagandy se opírá o skutečnost, že propaganda je nástrojem revoluční strany, která rozvíjí proletářskou revoluci, dobývá politickou moc a uplatňuje tuto moc k revoluční přestavbě společnosti.“ [Chlupáč, 1978:30] Lenin navíc vymezil základní principy marxisticko-leninské propagandy a její požadavky, kdy se ukazuje, že stejně jako nacističtí propagandisté se domnívá, že úspěšná propaganda vyžaduje určitou soustavnost, konkrétnost a individualizovaný přístup k vnímání. [1978:32-34]

ČSSR také podléhala komunistické propagandě. „Prvními kroky proti svobodě byly represe vůči tisku. Tiskový zákon z roku 1950 podřizoval tisk a novinářskou organizaci vládnoucí komunistické straně. Od roku 1953 dohlížena na obsah novin a časopisů Hlavní správa tiskového dohledu. Cenzoři opatřovali před odevzdáním do tisku poslední otisky sazby úředním razítkem. V červnu 1968 byla cenzura na krátkou dobu zrušena. Dne 13. září 1968 stvrdila obnovení cenzury trojice mimořádných zákonů. Dne 30. září 1968 byl zřízen Úřad pro tisk a informaci. Zastaveny byly Listy, Politika, Reportér, Zítřek. Mediální nesvoboda trvala až do listopadu 1989.“ [Verner, 2011:59-60]

1.3.4. Propaganda během studené války

Studená válka byla pro rozvoj propagandistických technik doslova živnou půdou. Velmocí nebojovaly přímo, ale využívaly jiné prostředky k tomu, aby zastrašily svého soupeře a zároveň na svou stranu získaly další spojence. Jedním z takových prostředků byla právě propaganda. Cílem této propagandy bylo šířit válečné nálady. Snažila se manipulovat s vnímáním lidí a prezentovala válku jako něco výhodného. [Whitton, 1951:142]

S koncem studené války došlo k rozpadu bipolárního uspořádání světa. Cenzura, kterou do této doby uplatňovaly autoritativní režimy, byla

zrušena⁶. Demokracie přinesla svobodu slova a tisku jakožto základní lidské právo uznané na mezinárodní úrovni. [Všeobecná deklarace lidských práv, 1948] Součástí práva na svobodu přesvědčení a projevu je i právo vyhledávat, přijímat a rozšiřovat informace a myšlenky libovolnými prostředky a bez ohledu na státní hranice. Člověk žijící v demokratické společnosti má tak zásadní právo si vybrat co bude číst, sledovat a poslouchat. To však neznamená, že propaganda a manipulace přestali existovat. Propagandistický diskurz médií sice již není tak očividný, jako tomu bylo v autoritativních společnostech, ale to nutně nemusí znamenat, že neexistuje. Změnila se jen jeho podoba⁷. [Ramonet, 2003:67-69]

1.4. TYPOLOGIZACE PROPAGANDY

Stejně tak jako existuje veliké množství definic propagandy, máme i různé typologie a charakteristiky propagandy, které nám ji pomáhají kategorizovat a tedy i mnohem lépe pochopit. V této části bych ráda uvedla ty nejužívanější.

1.4.1. Bílá, šedá a černá propaganda

Mezi nejklassičtější rozlišení propagandy, patří její dělení na bílou, šedou a černou. Toto rozlišení se objevilo během druhé světové války ve Velké Británii v souvislosti s psychologickou válkou proti nacistickému Německu. Vychází především ze znalosti zdroje a z toho, nakolik přesně podává informace.

⁶ U nás byla cenzura oficiálně zrušena ještě za existence Československa novelou Tiskového zákona z roku 1968 během Pražského jara. Neoficiálně ovšem pokračovala až do roku 1989. [Navara, 2010:33-36]

⁷ Ignacio Ramonet, autor knihy *Tyranie médií* (2003), popisuje princip těchto proměn na příkladu mediálního obrazu války v Perském zálivu. Podle něj můžeme na tomto příkladu vidět skutečnou podobu propagandistického diskurzu dnešní doby, který je opakem propagandistických metod režimů autoritativních. „Média neřekla: *‘Bude válka, kterou vám neukážeme.* ‘ Řekla naopak: *‘Uvidíte válku v přímém přenosu.* ‘ A ukázala tolik obrazů, že si celý svět myslel, že vidí válku. Až do chvíle, kdy jsme pochopili, že jsme ji neviděli, že tyto obrazy maskovaly ticho, že tyto obrazy byly často falešné, že to byly rekonstrukce, vnaidla. Válku ve skutečnosti skrývaly, a to do té míry, že Jean Baudrillard mohl napsat knihu nazvanou *La guerre du Golfe n’a pas eu lieu* (Válka v Perském zálivu se nekonala). “ [70]

Bílá propaganda má jasně identifikovatelný zdroj původu, tudíž můžeme říci, že pracuje s relativně věrohodnými informacemi. Typické jsou pro ni běžně užívané komunikační techniky jako jednostranná prezentace stanoviska či názoru nebo například vyjímání původních postulátů z celkového kontextu. Tyto techniky jsou dnes uplatňované v PR. [Ftorek, 2010:49] Zdroj zde usiluje o vytvoření důvěryhodného vztahu s cílovým publikem, aby toho mohl v budoucnosti určitým způsobem využít. [Jowett & O'Donnell, 2012:17]

Šedou propagandu můžeme umístit na pomezí propagandy bílé a černé. Užívá především výběrové zprávy a významové posuny. Rozdíl oproti bílé propagandě je takový, že nemůžeme jasně identifikovat zdroj zprávy, tudíž se může jednat i o „nepřátelský zdroj“, ačkoli se samotná zpráva může na první pohled zdát přátelská či neutrální. Šedá propaganda může být proto podstatně zrádnější. [Ftorek, 2010:49]

Za nejagresivnější typ propagandy můžeme označit propagandu černou. Propagandista zde záměrně užívá lži a důvěryhodně znějící dezinformace. Poměrně často můžeme tento typ propagandy vidět v rámci řízení klamných operací prováděných vládou, armádou či jinou organizací (př. protivládní – teroristickou nebo odbojovou). V tomto případě je jako zdroj informací představen „vlastní, přátelský“ subjekt jako například domácí vláda. Popravdě ale tyto informace pocházejí z nepřátelského zdroje. Cílem této propagandy je zasít nedůvěru, chaos a nejistotu. [Ftorek, 2010:49] *„Úspěch či neúspěch černé propagandy závisí na ochotě příjemce akceptovat důvěryhodnost zdroje a obsah zprávy. Pozornost musí být věnována umístění zdroje a zprávy do společenského, kulturního a politického rámce cílové skupiny.“* [Jowett & O'Donnell, 2012:20]

Tato typologizace nám jasně ukazuje, že propaganda může mít odlišnou sílu působení na člověka a společnost. To znamená, že stejně jako existuje snadně identifikovatelná propaganda jako propaganda autoritativních režimů, můžeme narazit i na propagandu skrytou, která sice užívá propagandistické techniky, ale tak důmyslně, že ji ve většině případů odhalit ani nelze. Naopak co tato definice opomíjí, je účel propagandisty, který je často určující pro samotnou podobu propagandy.

1.4.2. Typy propagandy dle O. Thomsona

Jako další kategorizaci propagandy můžeme uvést její členění podle účelu, který má splnit. Toto rozlišení popisuje ve svém díle *Mass persuasion in history* (1977) Oliver Thomson. Propaganda podle něj může být politická, ekonomická, válečná, diplomatická, didaktická anebo ideologická. Tyto typy se liší od sebe svým cílem. Politická⁸ propaganda usiluje o získání nebo udržení politické moci. Cílem ekonomické propagandy je udržení stability a prosperity ekonomického systému prostřednictvím toho, že se snaží přimět lid kupovat či prodávat. Dalším typem je propaganda válečná, jejímž cílem je demoralizovat válečného nepřítele a podpořit morálku vlastního obyvatelstva, případně pak získat vnější podporu. Podobný cíl má i propaganda diplomatická, která chce vyvolat sympatie ke státům spojeneckým, anebo naopak vyvolat antipatie a nenávisť ke státům, které jsou potenciálně nepřátelské. Oproti propagandě válečné se uplatňuje spíše v dobách míru. Cílem didaktické propagandy je vzdělávat populace například v otázkách špatné hygieny, přelidnění, špatných společenských návyků apod. Nakonec zde máme propagandu ideologickou, která usiluje o šíření idejí či náboženské víry.

Tato typologizace sice na rozdíl od typologizace předešlé přehledně zachycuje rozdělení propagandy dle jejího vlastního účelu, ale opomíjí skutečnost, že propaganda může mít různou míru intenzity v závislosti na širších okolnostech jako například na režimech, které ji užívají. Navíc je tato kategorizace velice zjednodušená a neuvažuje o celkové komplexnosti tohoto fenoménu.

1.4.3. Typy propagandy dle J. Ellula

Nakonec bych ráda zmínila typologii propagandy dle Jacqua Ellula, který ji dělí do čtyř základních typů – politická, sociologická, agitační a integrační propaganda – a navíc je seskupuje do dvou úrovní – horizontální a vertikální -, které se navzájem ovlivňují. Podle Ellula propaganda je velice

⁸ Zvláštním typem politické propagandy je propaganda „eskapická“. Jejím cílem je odvést pozornost od politických či společenských problémů. Upevňuje tak společenskou pasivitu a tím pak zajišťuje stabilitu systému. [Ftorek, 2010:50] Thomson používá označen: úniková propaganda.

komplikovaný fenomén, který se může lišit v závislosti od režimů, které ho užívají. Základní definici pak k této typologii můžeme nalézt v jeho díle „*Propaganda. The Formation of Men's Attitudes*“ (1973).

Politická a sociologická propaganda spolu souvisí, přesto je charakterizuje na sobě nezávisle. Politická propaganda podle něj „zahrnuje postupy k ovlivňování, které vycházejí od vládnoucí strany, veřejné správy a nátlakových skupin a vedou ke změně chování veřejnosti. Metody jsou vybrány záměrně a promyšleně; ačkoli jsou požadované cíle celkově omezené, jsou jasně rozlišené a vcelku přesně určené.“ [62] Sociologická propaganda je naopak fenomén hůře uchopitelný než propaganda politická. Vyznačuje se tím, že usiluje o pronikání ideologií přímo do myslí jednotlivců a mas. Využívá k tomu především faktory ekonomické, politické a sociologické. Zároveň je důležité, aby se jedinec aktivně účastnil a byl co nejvíce přizpůsoben na určitý sociologický obsah. [62-63]

Obdobně spolu souvisí i propaganda agitační a integrační. Agitační propaganda se vyskytuje ve společnostech, kde se prosazuje nějaká snaha o změnu stávajícího systému či vlády. Tato propaganda usiluje o podněcování revolučních nálad a nenávisti ve snaze získat spojence. Typické je užívání emocionálně založených sloganů a polopravd. Posledním typem je integrační propaganda, která je podle Ellula charakteristická právě pro naši civilizaci, neboť do 20. století neexistovala. Je také hůře rozpoznatelná, neboť jejím cílem není destabilizace, ale naopak se skrze posilování kulturních norem snaží o stabilizaci a unifikaci jedinců a skupin ve společnosti. [71-78]

Kromě této typologizace Ellul zmiňuje i dělení na propagandu **horizontální** a **vertikální**. Do *horizontální* pak spadá propaganda sociální a integrační. Tento typ působí dlouhodobě, iracionálně a nepřímě. Je velice těžké tento druh propagandy rozpoznat. Politická a agitační propaganda pak spadá pod *vertikální*. Tyto typy jsou naopak krátkodobé, přímé a racionální. Aby mohla vertikální propaganda působit, potřebuje veliký mediální aparát, který na masy působí shora. [80-87]

Podle mého názoru je tato typologizace nejlépe rozpracovaná, neboť uvažuje o propagandě jako o fenoménu velice komplexnímu a složitému.

1.5. MÉDIA A PROPAGANDA

Masmédia jsou a vždy byla jedním z hlavních nástrojů propagandy. Mají nad námi velikou moc, člověk nemá přímý přístup ke všem informacím. Proto své mínění a postoje velice často vytváříme na základě informací prezentovaných masovými sdělovacími prostředky. [Barták, 2003:83-84] Základem toho je pak znalost mediální propagandy a schopnost porozumět nástrojům a prostředkům, skrze které se na nás snaží působit. V této části bych pak ráda tuto problematiku blíže rozebrala.

1.5.1. Mediální manipulace

Mediální manipulace je nástrojem propagandy, který umožňuje ovlivňovat lidi skrze masové sdělovací prostředky. Manipulací se mění názory a postoje jednotlivců, skupin či dokonce celých společností, aniž by si to oni sami uvědomovali. Manipulovaná osoba je naopak přesvědčena o tom, že je sama původcem nějakého jednání. [Ilowiecki-Žantovský, 2008:30-31] Pokud se opět vrátíme k definici propagandy dle Gartha S. Jowetta a Victorie O'Donnellové, je snaha manipulovat vnímáním, poznáním a chováním recipienta, základní charakteristickou vlastností propagandy.

Stejně jako propaganda může být manipulace definována různými způsoby v závislosti na širších souvislostech a cílech výzkumníka. V této práci mne zajímá manipulace jakožto nástroj propagandisty, který jí užívá ke svým propagandistickým účelům. Postačí nám proto tato jednoduchá definice. Manipulace je „v běžné hovorové řeči nejasný, úskočný, neupřímný výběr informací a jazykových prostředků s cílem:

- ovlivnit nálady, názory, mínění jiných lidí,
 - získat možnost řídit jednání lidí a dosáhnout vlastní cíle a užitek.“
- [Ilowiecki-Žantovský, 2008:32]

Manipulaci můžeme vymezit vůči dalšímu pojmu, který s ní bezesporu souvisí – **persuaze** neboli přesvědčování. Ačkoli jsou to pojmy snadno zaměnitelné, je nutné si uvědomovat rozdíl. Ten pak tkví hlavně v tom, že člověk, kterého přesvědčujeme, ví velmi dobře, že ho chceme pro něco nebo

proti něčemu přesvědčit. Existuje pak i skrytá persuaze (*hidden persuasion*). V takovém případě se jedná o metodu manipulace. [tamtéž]

1.5.2. Nástroje mediální manipulace

S manipulací souvisí i specifické manipulativní praktiky, kterými se propagandista snaží prosadit své zájmy. Mnohem později vznikly výzkumy, jejichž cílem je analyzovat obsahy propagandy a odhalit způsoby, jakými ovlivňuje názory veřejnosti. Na základě analýz provedených Institutem propagandy bylo stanoveno sedm nejrozšířenějších praktik. První z nich je vytrvalé uvádění epiteton. Cílem propagandisty je popírání něčeho tak, že opakuje negativní epiteton, aniž by uvedl věcné příčiny. Druhou praktikou je využívání sympatických okolností, kdy uvede-li propagandista do souvislosti něco s pozitivní okolností, může si tím naklonit publikum k akceptování určité věci bez zkoumání důvodu. Třetí praktikou je přenášení. Propagandista se v tomto případě snaží přenést prestiž, z jedné věci nebo osoby na jinou věc nebo osobu, pro kterou chce získat náklonnost nebo k ní naopak vyvolat odpor. Další je svědectví, kdy se propagandista odvolává na tvrzení oblíbené nebo naopak nenáviděné osoby, aby zdůvodnil, že je něco špatné či dobré. Propagandisté využívají i principu lidskosti. Tato metoda usiluje o vyvolání dojmu, že to, co se hlásá, je správné, protože to plyne od „lidu“, „národa“ tedy od „nás všech“. Předposledním principem je překrucování faktů a argumentů, kdy propagandista upřednostňuje ty fakty, které mají za cíl prezentovat věc buď v tom nejlepším anebo naopak v tom nejhorším světle. Posledním principem je tzv. nahánění stád. To tkví v tvrzení, že všichni členové skupiny, do které patříme, přijímají názor propagandisty, a proto ji musíme akceptovat i my. [Barták, 2003:85-86]

1.6. SHRnutí

Na základě této rešerše jsem se rozhodla, že pro výzkumné cíle této diplomní práce použiji definici Gartha S. Jowetta a Victorie O'Donellové, kteří považují propagandu za „*úmyslnou a systematickou snahu formovat vnímání, manipulovat poznání a přímé chování, k dosažení reakce, která sleduje požadovaný záměr propagandisty*“. Důvod, proč považuji tento přístup za nejrelevantnější, se odvíjí od předmětu výzkumu. Cílem mého výzkumu je totiž zhodnotit (ne) existenci propagandistického diskurzu v textech dvou vybraných periodik – českého deníku MF Dnes a ruského deníku Izvestija. Vztah autora a čtenáře je formou komunikačního procesu, kdy autor je zdrojem určité informace a čtenář příjemcem. Vybraná definice pak posuzuje propagandu jako specifickou formu komunikačního procesu, kdy přenášené sdělení obsahuje určitý propagandistický diskurz. V rámci výzkumu pak stačí určit, zda vybraný článek odpovídá dané definici či nikoli, tedy zda je či není propagandistický.

2. VÝZKUM

Definici jsme tedy stanovili v části teoretické. Nyní je třeba vymezit předmět výzkumu. Jak jsem již uvedla, ve výzkumu se zaměřím na dvě konkrétní periodika – MF Dnes a Izvestia. Výběr není náhodný. V obou případech se jedná o deníky privátní, celostátní a jsou srovnatelné, co se týče poměru čtenářů k celkové populaci. Posuzovány budou pouze ty texty, které spadají pod hlavní zpravodajství⁹ a jsou z hlediska tématu relevantní. Cílem výzkumu je pak zkoumat, jakým způsobem vybraná média informovala své čtenáře o referendu a následném připojení Krymu k Ruské federaci. Jako časové mezníky jsem si určila 7. březen 2014 – den poté, co Nejvyšší rada autonomní republiky Krym přijala rozhodnutí o připojení Krymu k Ruské federaci a stanovila datum referenda na 16. března 2014. Jako druhý mezník jsem určila 19. března 2014 – den po oficiálním podepsání dokumentu, kterým byl Krym oficiálně připojen. Jelikož se jedná o periodický tisk, musíme uvažovat, že hlavní informace daného dne se objevují až v den následující. Ještě bych ráda podotkla, že 10. 3. 2014 byl v Rusku v souvislosti s MDŽ vyhlášen svátek, proto výtisk deníku Izvestia za tento den chybí.

Nyní si stanovíme postup výzkumu a operacionalizaci. Texty budou členěny v rámci vydání pod sebe dle data vydání, od nejstaršího po nejaktuálnější ve stanoveném časovém období. Tak můžeme dobře sledovat, jak konflikt gradoval. Jednotlivé články budu rozebírat a hodnotit dle toho, zda odpovídají té definici propagandy, kterou jsme si stanovili v části teoretické, tedy že propaganda je *„úmyslná a systematická snaha formovat vnímání, manipulovat poznání a přímé chování, k dosažení reakce, která sleduje požadovaný záměr propagandisty“*. Vycházeje z této definice, bych stanovila hypotézu, která bude hlavním kritériem mého rozhodování:

„Vidíme-li v textu úmysl prezentovat události, postavy a pojmy tak, aby si čtenář vytvořil jednoznačný názor, a nebyly zastoupeny žádné jiné názorové alternativy, pokládáme text za propagandistický.“

⁹ Ráda bych zde podotkla, že nebudu brát v ohled články publicistického charakteru (názorová rubrika, interview apod.), neboť jejich cílem není jen objektivně informovat čtenáře o dění, nýbrž obsahují i autorův subjektivní názor. Kdybych tyto články ve výzkumu uvažovala, mohlo by dojít ke zkreslení jeho výsledků.

Na základě výzkumu následně vytvořím přehled, jenž bude shrnutím, a na jeho základě zformuluji závěry.

2.1. MF DNES

Mladá fronta DNES též MF Dnes je jedním z nejprodávanějších seriózních deníků v České republice, který má téměř 700 tisíc čtenářů denně. MF Dnes začala vycházet 1. září 1990. Zvolením svého názvu navázala na tradici listů Mladá fronta. Dokonce převzala i některé její redaktory a čtenářskou základnu. Deník vychází každý den s výjimkou neděle. Nabízí svým čtenářům veliké spektrum příloh orientujících se na odlišné tematiky. V dnešní době spadá Mladá fronta Dnes spolu s dalšími produkty mediálního trhu pod mediální skupinu MAFRA. Na oficiálních webových stránkách této společnosti se tak můžeme dozvědět o hlavní agendě deníku: *„Cílem listu je podávat pravdivý a plnohodnotný obraz o světě, ve kterém žijí jeho čtenáři. Součástí tohoto obrazu musí být aktuální a kvalitní zpravodajství, stejně jako užitečné servisní informace či oddechové čtení ve specializovaných přílohách. Toto jsou pilíře, na kterých stojí Mladá fronta DNES v novém tisíciletí, a díky nimž je právě těmi správnými novinami pro moderního čtenáře.“* Archiv deníku je zpoplatněn. Zájemce ale můžu odkázat na rozsáhlý archiv MF Dnes v pražské Městské knihovně.

2.1.1. Výtisk No. 56, pátek 7. 3. 2014

Vladimír Zedník: Na Putina se mě neptejte, co kdyby to slyšel klient (str. 4A)

Článek pojednává o tom, jak se k situaci na Krymu staví Rusové žijící v Česku. Autor cituje jak pro tak protirusky orientované informátory. *„Prodavačka Litvinenko souhlasí s některými Rusy, kteří stejně jako ona označili obsazení Ukrajiny za okupaci.“*, píše autor. Na druhé straně uvádí tvrzení proruský orientovaného Kamila Mogomedova: *„Převzetí moci na Ukrajině označil jako nelegitimní puč. A do lidí podle něj nestříleli vládní snajpři, ale opozice“*. Text obsahuje obě názorové alternativy, to znamená, že stanovené hypotéze neodpovídá.

Zhodnocení: článek není propagandistický

Adéla Dražanová: Krym vyhlásil bezodkladné připojení k Rusku, EU tápe (str. 6B)

Článek popisuje situaci na krymském poloostrově a následnou reakci ukrajinské vlády a Bruselu, kde se pro řešení této otázky setkali představitelé států Evropské Unie. Autorka zmiňuje, že na Krymu panují proruské nálady: *„Před budovou krymského parlamentu jsou v tu chvíli stovky lidí. Komu fandí, je zjevné: mávají ruskými, někteří dokonce sovětskými vlajkami a na transparentech vyzývají EU, Británii a USA, aby „přestali pomáhat fašistům z Kyjeva“ (rozuměj přechodné ukrajinské vládě vzešlé z tříměsíčních protestů na Majdanu).“* Autorka popisuje dění kolem krize. Uvádí odlišná hlediska, které strany konfliktu i odborníci zastávají. *„Pokud takové opatření začne platit, půjde svým způsobem o nabourání celého poválečného uspořádání světa.“*, cituje politologa Martina Riegla. Text neodpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek není propagandistický

Východ Ukrajiny se bouří méně, než Putin doufal (str. 6B)

Autor komentuje situaci odehrávající se ve východních oblastech Ukrajiny – Doněck, Charkov, Oděsa. Ty podle něj nejsou zcela proruské. *„V jihoukrajinské Oděse jsou pro ukrajinské demonstrace mnohem větší než ty proruské.“*, píše. Článek pak obsahuje předpoklad autora, který není argumentačně podložený a mohl by čtenáře zmanipulovat. Konkrétně se jedná o tvrzení: *„Obsazení a připojení Krymu je však pro Vladimira Putina plán zřejmě jen minimalistický. Ve hře je buď změna porevolučního režimu v Kyjevě, nebo odtržení celé východní a jižní Ukrajiny, tedy oblastí s vysokým, byť zdaleka ne všude dominantním zastoupením ruskojazyčné populace.“* Text odpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek je propagandistický

2.1.2. Výtisk No. 57, sobota 8. 3. 2014

Luboš Palata: Krym není jako Kosovo. Rusko porušuje mezinárodní právo (str. A7)

Článek se zabývá otázkou legitimacy připojení krymského poloostrova k Ruské federaci. Autor v textu prezentuje oba pohledy – pro i proti připojení. Cituje například ruského poslance Vasilija Luchačeva, který tvrdí, že „*normativní akty OSN mluví o povinnosti soudobých států napomáhat realizaci práva na sebeurčení*“ nebo opačný názor ruského historika Andreje Zubova, že postup Ruska v této situaci povede k „*úplnému zničení systému mezinárodních smluv, ekonomickému chaosu a k politické diktatuře*“. Autor tak v článku prezentuje oba názory. Text stanovené hypotéze neodpovídá.

Zhodnocení: článek není propagandistický

2.1.3. Výtisk No. 58, pondělí 10. 3. 2014

Pavel Novotný: Moskva nás zahrne rubly, malují si krymští separatisté (str. A7)

Článek popisuje důsledky, které přinese připojení krymského poloostrova k Ruské federaci. V textu můžeme nalézt několik zavádějících tvrzení, např. „*hlasování bude probíhat fakticky v podmínkách ruské okupace, pročež se jeho výsledky chystá uznat jen Moskva plus její vazalové*“ nebo „*ruští vojáci jsou fakticky pány Krymu*“. Jedná se o manipulativní tvrzení, která by mohla čtenáře ovlivnit. Text odpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek je propagandistický

2.1.4. Výtisk No. 59, úterý 11. 3. 2014

Adéla Dražanová: Rusové pokračují v systematické okupaci Krymu (str. 4B)

Článek pojednává o „*systematické okupaci Krymu*“ ruskými vojáky. Autorka zde odkazuje pouze na ukrajinská média. „*Vyžádají si velitele základny, dávají mu ultimáta, vyhrožují. Třeba i zatčením rodiny. Někdy dochází k varovné střelbě.*“, cituje autorka krymského aktivistu. Charakter článku je zavádějící, neboť autorka odkazuje a cituje jen protiruské zdroje a

informátory, a z toho pak vyplývá i celkové vyznění článku. Text dle mého názoru stanovené hypotéze odpovídá.

Zhodnocení: článek je propagandistický

2.1.5. Výtisk No. 60, středa 12. 3. 2014

Tento výtisk sice obsahuje články, které se týkají Ukrajiny. Otázkou Krymu se však zabývají jen čistě okrajově, proto je pro výzkum uvažuji jako irelevantní a nerozebírám je zde.

2.1.6. Výtisk No. 61, čtvrtek 13. 3. 2014

„Ukrajina se odtrhla nezákonně“ (str. 6B)

Autor článku odkazuje na informace, které o svém rozhovoru s ruským prezidentem Vladimírem Putinem sdělil Mustafa Džemiljov, bývalý lídr krymských Tatarů, ukrajinským novinářům. Odkazovaným zdrojem je zde agentura Unian. *„Džamiljov Putinovi řekl, že nejdůležitější je teď územní celistvost Ukrajiny. Ta, jež je garantována již mnohokrát popsáním Budapeštským memorandem. To v roce 1994 podepsaly USA, Velká Británie a Rusko a zaručily v něm Kyjevu suverenitu a územní celistvost výměnou za to, že se Ukrajina vzdá (sovětských) jaderných zbraní, jež byly na jejím území.“*, píše autor. Podle Putina ale *„vyhlášení nezávislosti Ukrajiny na SSSR vůbec neodpovídalo sovětským normám, které proces odchodu země ze Svazu upravovaly.“* Vidíme zde tedy oba názory. Text proto stanovené hypotéze neodpovídá.

Zhodnocení: článek není propagandistický

2.1.7. Výtisk No. 62, pátek 14. 3. 2014

Adéla Dražanová: Kdyby tak Krym patřil Česku, to by byla krása! (str. 6B)

Autorka článku se vydává na Krym, aby mohla bezprostředně sledovat situaci, která se na poloostrově odehrává v souvislosti s referendem o připojení k Rusku. Cituje muže původem z Krymu žijícího v Čechách, kterého potkává během letu. Letí *„na referendum, hlasovat pro vstup Krymu do Ruské*

federace, protože přesně tam patříme.“, říká muž. Na otázku, co mu vadí na Kyjevu, odpovídá: *„Všechny ukrajinské režimy od rozpadu SSSR nás jen podváděly. Braly nás pod krkem. Vždyť ani nemůžeme mluvit vlastním jazykem!“* Tento text lze velice špatně zařadit. Na jednu stranu je zde prezentována pozice jen jednoho informátora, který je jasně proruský. Autorka mu nechává veškerý prostor. Z textu ale lze zároveň poznat, že ona samotná je názoru jiného. Můžeme tak pokládat, že zde existují obě pozice. Ani celkové vyznění článku nepůsobí propagandisticky. Spíše se jedná o pohled na to, jak uvažuje část Krymčanů o očekávaném referendu a co některé z nich vede hlasovat pro připojení k Ruské federaci. Z mého pohledu text dané hypotéze neodpovídá.

Zhodnocení: článek není propagandistický

2.1.8. Výtisk No. 63, sobota 15. 3. 2014

Adéla Dražanová: Krym miluje Rusko. Jiný názor nepřichází v úvahu (str. 6A)

Článek pojednává o propagandě na Krymu. Autorka cituje zaměstnance krymské opoziční televize Černomorka, kterou *„vypnuly zdejší (proruské) úřady jako první.“* *„Televize vyznávala demokratické, západní hodnoty,“* cituje Alexandra Jankovského, novináře Černomorky. Z hlediska toho, že zde autorka prezentuje pouze jeden případ a neuvádí názory jiné, bychom mohli považovat článek za zaujatý. Stejně by pak mohl ovlivnit i čtenáře. Text tak dle mého názoru stanovené hypotéze odpovídá.

Zhodnocení: článek je propagandistický

Adéla Dražanová: „Jaké referendum? Vždyť nedává na výběr!“ (str. 6A)

Autorka v článku popisuje svůj rozhovor s Gemedži Mehmet Bekirovičem, Tatarem žijícím na Krymu. Větší část rozhovoru se týká jeho vyprávění o stalinských represích, které se vztáhly i na jeho rodinu. Na konci se zmiňuje o svém vztahu k referendu: *„To není opravdové referendum. Ve skutečnosti nedává na výběr.“* *„K nedělnímu referendu v žádném případě nepůjde. Bude jej bojkotovat. Tak jako drtivá většina krymských Tatarů.“*, píše o

Gemedžinovi autorka. Celkové vyznění textu působí manipulativně. Daný článek odpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek je propagandistický

2.1.9. Výtisk No. 64, pondělí 17. 3. 2014

Adéla Dražanová: Referendum před hlavními automatů aneb Krym hlasuje o připojení k Rusku (str. 6A)

Článek pojednává o průběhu referenda na Krymu. V textu jsou uvedeny pozice obou stran – Krymčanů, kteří jsou pro i proti připojení k Rusku. Mezi těmi, kteří referendum bojkotují, je Alexej, pětatřicetiletý Rus ze Simferopolu. „*Je to referendum obklíčené hlavními ruských automatů.*“, cituje muže autorka. „*Byla chyba, že dal Chruščov Krym Ukrajině, nikdy se to nemělo stát.*“, uvádí pozici Nikolaje Fjodoroviče, jednoho z hlasujících pro připojení. Text tedy stanovené definici dle mého názoru neodpovídá.

Zhodnocení: článek není propagandistický

2.1.10. Výtisk No. 65, úterý 18. 3. 2014

Adéla Dražanová: Místo, kde (ne) Rusové obklíčili ukrajinské vojáky (str. B9)

V článku je popisována situace v Perevalném, kde se poblíž nachází základna 36. brigády ukrajinského vojenského námořnictva. Ta je obklíčena muži v „*zelené neoznačené uniformě*“. Charakter textu je spíše popisný, informativní. „*Ptám se onoho záhadného Alexandra, který tvrdí, že je občanský dobrovolník dohlížející na pořádek, zda mohou ukrajinští vojáci ze základny ven. On tvrdí, že samozřejmě, prý je nikdo neomezuje. Mohou tam a zpátky, jak se jim zachce.*“, píše autorka. V článku se dle mého názoru nevyskytují žádné manipulativní tendence, proto stanovené tezi neodpovídá.

Zhodnocení: článek není propagandistický

2.1.11. Výtisk No. 66, středa 19. 3. 2014

Petr Janoušek: Putin mění hranice. Vrací se studená válka? (str. A1, A2)

Autor se zde zabývá otázkou, co připojení Krymu k Ruské federaci znamená pro svět. Zda to můžeme považovat za počátek nového období, období studené války. Uvádí tvrzení německé politoložky Constanze Stelzenmüllerové, která se domnívá, že „*analogie se studenou válkou je přesná.*“ Opačný názor zastává český ministr zahraničí Lubomír Zaorálek, který tvrdí, že dnešní svět je jiný. „*Je pluralitní. Myslím si, že se nelze vrátit k bipolárnímu světu.*“, cituje Zaorálka autor. Vidíme zde tedy dva pohledy na situaci. Text tedy stanovené hypotéze neodpovídá.

Zhodnocení: článek není propagandistický

Luboš Palata: Putin: Nemohli jsme nechat obyvatele Krymu na holičkách (str. 2A)

Článek se zabývá projevem Vladimira Putina, který prezident prezentoval před oficiálním podpisem smlouvy o přidružení Krymu k Ruské federaci. Autor zde uvádí úryvky projevu, které následují komentáři dvou oslovených odborníků. Větší část textu autor cituje projev prezidenta. Dle mého názoru článek nemá manipulační tendence. Najdeme zde odlišné pohledy a interpretace. Text stanovené hypotéze neodpovídá.

Zhodnocení: článek není propagandistický

Leona Šlajchrtová: Je to bezostyšná vojenská invaze (str. A3)

Článek pojednává o reakci, kterou vyvolalo připojení Krymu k Ruské federaci. Autor cituje vyjádření např. britského ministra zahraničí W. Hagua, britského premiéra D. Camerona nebo amerického viceprezidenta Joe Bidena. Zohledňuje v textu i reakci prezidenta Putina na některá opatření západních států. „*Bílý dům sankce označil za největší, jaké byly na Moskvu uvaleny od konce studené války. A prezident Putin je včera odsoudil coby bezohlednou agresi západu, na niž Rusko bude reagovat.*“, píše autor. Jediné, co bych tomuto textu vytkla, je citování sociální sítě twitter, což nepovažuji za

dostatečně důvěryhodný zdroj. Celkové vyznění textu však nepůsobí manipulativně. Text dle mého názoru stanovené hypotéze neodpovídá.

Zhodnocení: článek není propagandistický

2.2. IZVESTIA

Privátní deník Izvestia je jedním z nejčtenějších společensko-politických deníků v Ruské federaci. Podle agentury Exlibris zaujímá z tohoto hlediska stabilní pozici mezi lídry. Má dlouhou tradici, neboť jeho existence se datuje od roku 1917. Název listu se několikrát změnil, až se od roku 1977 začal používat název současný. V dobách existence SSSR spadal deník pod kontrolu státu, v roce 1991 se stal nezávislým. V současnosti spadá pod holdingovou společnost *National Media Group*. Tematicky se orientuje především na domácí a zahraniční události, analýzy a komentáře, navíc poskytuje přehled z oblastí obchodu, ekonomiky, kultury a sportu. Deník vychází od pondělí do pátku. Archiv novin je online zdarma dostupný na stránkách pressa.ru.

2.2.1. Výtisk No. 42, pátek 7. 3. 2014

Natalia Bashlykova: Krym urychluje proces historického sjednocení s Ruskem¹⁰ (str. 1, 3)

Článek pojednává o přípravách k referendu, na kterém se má rozhodnout o budoucím připojení Krymu k Ruské federaci. Autorka píše o tom, že Nejvyšší rada Krymu vybízí Vladimíra Putina zahájit vstup co nejdříve. Odkazuje přitom na slova lidového poslance Ukrajiny Olega Tsareva: *„Nová kyjevská vláda používá represivní opatření proti všem, kdo nesouhlasí s jejich rozhodnutím.“* Dále cituje člena Státní dumy Leonida Slutského: *„Jsme velice znepokojeni tím, že se mnozí západní politici a hlavy států snaží obvinít Rusko v tom, co se tam děje.... Západní státy samy můžou za politickou krizi na Ukrajině.“* Krymské referendum se v článku označuje za legitimní. Na konci autorka zmiňuje, že se na uzavřeném zasedání

¹⁰ Z originálu: Наталья Башлыкова. Крым форсирует процесс исторического воссоединения с Россией.

parlamentu projednávala i otázka amerického křižníku, který byl zpozorován v Černém moři. „Nemyslím si, že USA budou skutečně riskovat a použijí vojenskou sílu v souvislosti s tím, že křižník nemá prostor k manévrování. V případě, že se situace zhorší, nebude cesta zpět, protože jen těžko bude moci soupeřit s palebnou silou Černomořské flotily Ruska“, cituje senátora Igora Morozova.

Na základě tohoto článku si čtenář může jasně vyvodit, že ukrajinská vláda je represivní, tudíž špatná. Západ obviňuje Rusko neprávem, protože je referendum ve skutečnosti legitimní a USA se snaží zastrašit Rusko, ačkoli před flotilou Ruska nemají žádnou šanci. Vidíme zde tedy diverzifikaci na špatné a dobré. Text neposkytuje žádný jiný alternativní názor. Můžeme říci, že stanovené hypotéze odpovídá.

Zhodnocení: článek je propagandistický

Dmitryj Runkevich, Elena Malaj: Centrální banka požádala o přípravu zavedení rublu na Krymu¹¹ (str. 3)

Článek pojednává o návrhu uzákonění ruského rublu na Krymu jako oficiální peněžní jednotky. „*Takové opatření by se mohlo stát dalším krokem v rozšíření suverénních práv Krymu.*“, cituje poslance Michaela Degtyareva. Autorka cituje i opačný názor, který zastává profesor Boris Rubcov. „*Věřím, že v daném okamžiku je tato iniciativa nebezpečná. Z politického hlediska může být považována za anexi cizího území.*“, říká Rubcov. Čtenář si tak může udělat vlastní hledisko, zda je uzákonění dobré či špatné. Text neodpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek není propagandistický

Alena Sivkova: „Jednotné Rusko“ a komunistická strana nesouhlasí s Leonidem Slutskym¹² (str. 3)

Článek pojednává o odlišných názorech poslanců na připojení Krymu k Ruské federaci. Autorka cituje prohlášení předsedy výboru Státní dumy RF

¹¹ Z originálu: Дмитрий Рункевич, Елена Малай. Центробанк просят подготовиться к введению рубля в Крыму.

¹² Z originálu: Алена Сивкова. «Единая Россия» и КПРФ не согласились с Леонидом Слуцким.

pro mezinárodní záležitosti Leonida Sluckého: „*My, všechny frakce ve Státní dumě, hlasujeme na tento okamžik ve prospěch zachování územní celistvosti Ukrajiny...*“ Autorka uvádí i opačný názor, který zastávají předseda strany „Jednotné Rusko“ Raisa Karamazina a předseda Komunistické strany RF Genadij Zyuganov. „*Integrita Ukrajiny je dávno pryč. Rozděbila se na východní, západní a jižní. Z právního hlediska je prezidentem Viktor Janukovyč, ale vládne ve skutečnosti někdo jiný. Je nutné podpořit referendum. Je to vůle národa.*“, cituje autorka Zyuganova. Článek ukazuje, že Rusko není jednotné, co se týče otázky připojení Krymu k Ruské federaci. Prezентuje oba hlediska. Text neodpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek není propagandistický

Janina Sokolovská: Kyjev, co se týká Krymské otázky, doufá v NATO¹³ (str. 11)

Článek pojednává o sblížení Ukrajiny s NATO. Řeší se zde otázka, nakolik je toto sblížení pro Ukrajinu výhodné. Na jedné straně se očekává, že daná spolupráce pomůže rozřešit krymskou situaci, na druhé straně někteří odborníci tvrdí, že sblížení s NATO jen „*přispěje k rozštěpení ukrajinského národa*“. Text obsahuje odlišné postoje k této otázce. Z mého hlediska neodpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek není propagandistický

Tatiana Bajkova: Ankara slibuje, že nenechá Krym bez dozoru¹⁴ (str. 11)

Autorka píše o vlivu Turecka na tatarské obyvatelstvo Krymu. Z článku plyne, že se Turecko aktivně podílí na pro-turecké propagandě na Krymu. „*Ankara pracuje na vytvoření turkického světa s Tureckem v čele. Krymským Tatarům aktivně vymývají mozky.*“, cituje autorka. Navíc prý Turecko tajně podporuje vytváření vojenských struktur, panturkismus a financování radikálních islámských skupin. Zdroj se odvolává na to že, „*tato podpora je poskytována posledních 20. let. Málokdo o ní ale ví, protože se nemedializuje.*“ Informace v textu nejsou z mého hlediska dostatečně argumentovány. Cílem

¹³ Z originálu: Янина Соколовская. Киев понадеялся в крымском вопросе на НАТО.

¹⁴ Z originálu: Татьяна Байкова. Анкара обещала не оставить Крым без присмотра.

textu je vytvořit negativní obraz o působení Turků na Krymu. Alternativní názor není uveden. Text odpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek je propagandistický

2.2.2. Výtisk No. 43, úterý 11. 3. 2014

Elena Malaj: Rusové svůj lid neopouštějí¹⁵ (str. 1, 3)

Článek má velice vlastenecký charakter. Pojednává o meetingu, který se uskutečnil v Moskvě na podporu Rusů a Ukrajinců na Krymu a v dalších regionech Ukrajiny. „*Přišli jsme podpořit naše bratry na Ukrajině, jejich vůli a právo na volbu, i děti jsme přivedli, aby se od malička učili hájit svá práva a vyjadřovat své názory.*“, cituje autorka jednu z účastnic. Článek ukazuje jednotu ruského obyvatelstva, co se týče otázky připojení Krymu k Rusku a boji proti „*přijatým v Kyjevě banderovským zákonům*“. Autorka cituje i jednoho z ukrajinských utečenců: „*Děkujeme, že nás neopouštíte. Mnozí z nás sami teď nevědí, co dělají a většina obyčejných lidí v obsazených městech mají strach z banderovského teroru a ani neopouštějí bez nutnosti své byty.*“ Text se snaží vnutit čtenáři myšlenku, že ruský národ je ohledně Krymu solidární, což může ovlivnit i vlastní čtenářovo stanovisko. Neposkytuje alternativní pohled. Navíc se zde frekventovaně používá manipulativní označení „banderovský“. Text odpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek je propagandistický

Ruben Garcia: Sociální aktivisté plánují vytvořit seznam nacionalistických médií na Ukrajině¹⁶ (str. 6)

Článek pojednává o tom, že krymská média podněcují a šíří nenávisť vůči Rusku a rusky mluvícím obyvatelům Ukrajiny, že uvádějí lživá fakta a neinformace objektivní. „*Takový pocit jako kdyby řada publikací využívala metodiku Goebbelse – čím velkolepější lež, tím jednodušeji se jí věří.*“, cituje autor. Opět se zde odvolává na to, že hlavní informační linii utváří příznivci „pravého sektoru“. Informace v textu nejsou argumentačně podloženy.

¹⁵ Z originálu: Елена Малай. Русские своих не бросают.

¹⁶ Z originálu: Рубен Гарсия. Общественники хотят составить список националистических СМИ Украины.

Snahou je navázat čtenáři, že všechna krymská média jsou propagandistická. Není zde uveden alternativní názor. Text odpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek je propagandistický

2.2.3. Výtisk No. 44, středa 12. 3. 2014

Anastasia Kashevarova: Ministerstvo financí je připraveno přidělit na Krym 30 miliard rublů¹⁷ (str. 1, 2)

Článek pojednává o tom, že se vstupem Krymu do Ruské federace se změní i financování poloostrova. Autorka popisuje, jak mohou tyto změny vypadat. Odkazuje na slova politiků a odborníků. Můžeme zde nalézt různá názorová hlediska, jak by se situace měla řešit. Text neodpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek není propagandistický

Ruben Garcia: Většina obyvatel Krymu, by se ráda považovala za občany Ruska¹⁸ (str. 2)

Článek pojednává o výsledcích výzkumů prováděných na Krymu a v Sevastopolské oblasti, které ukázaly, že většina informátorů si připojení přeje. Autor následně cituje odborníky, kteří polemizují nad tím, zda je či není možné pokládat tyto průzkumy za vypovídající. Z mého hlediska článek neobsahuje propagandistické prvky. Prezentuje odlišné pohledy. Text neodpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek není propagandistický

Kulturní pracovníci podpořili pozici prezidenta¹⁹ (str. 7)

Jedná se o seznam osob, které podpořili pozici prezidenta v otázce připojení Krymu k Ruské federaci. Cílem je ukázat čtenáři, že pozice prezidenta se těší podpoře i u dané vrstvy obyvatelstva. Protože jsou zde uvedeny pouze osoby, které podporují prezidenta a není zde ani zmínka o

¹⁷ Z originálu: Анастасия Кашеварова. Минфин готовится выделить на Крым более 30 млрд рублей.

¹⁸ Z originálu: Рубен Гарсия. Большинство крымчан хотят видеть себя гражданами России.

¹⁹ Z originálu: Деятели культуры поддержали позицию президента.

tom, že někteří příslušníci dané society jsou opačného názoru, budu považovat daný text jako odpovídající stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek je propagandistický

Konstantin Volkov: „Prosíme poslat důkazy násilí“²⁰ (str. 8)

Článek píše o tom, že se na Krymu vytvořila organizace, jejímž cílem je sbírat svědectví o násilí nad aktivisty Antimajdanu, aby je následně mohli předat mezinárodním organizacím jako je OSN. Žurnalistka provádí rozhovor s hlavou této organizace. Článek má jasně danou názorovou linii a neuvádí žádný jiný alternativní postoj k situaci. I výběr informátora pro-ruské orientace, může být považován za propagandistický. Text odpovídá stanovené definici.

Zhodnocení: článek je propagandistický

Tatiana Bajkova: Krymská vláda legalizovala krymsko-tatarský jazyk²¹ (str. 8)

Článek pojednává o tom, že na Krymu došlo k legalizaci krymsko-tatarského jazyk. Autorka popisuje proces a zdůrazňuje, že je to první krok k dialogu mezi novou krymskou vládou krymsko-tatarskou menšinou. Dle mého hlediska má článek charakter informativní a nesnaží se o manipulaci. Text neodpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek není propagandistický

2.2.4. Výtisk No. 45, čtvrtek 13. 3. 2014

Dmitry Junkevich, Elena Malaj: Krymskou diecézi zaregistrují v Rusku²² (str. 2)

Článek pojednává o tom, co se bude dít s ukrajinskou pravoslavnou církví – s kyjevskou a moskevskou na Krymu, v případě že dojde k jeho připojení k Rusku. V článku můžeme najít některé propagandistické

²⁰ Z originálu: Константин Волков. «Просим присылать нам свидетельства насилия».

²¹ Z originálu: Татьяна Байкова. Власти Крыма узаконили крымско-татарский язык.

²² Z originálu: Дмитрий Рункевич, Елена Малай. Крымскую епархию регистрируют в России.

tendence, například vyjádření ohledně krymského arcibiskupa kyjevského patriarchátu Klementa, který je v textu charakterizován jako „muž ze západní Ukrajiny“, který „všech 20 let, co je hlavou diecéze, vymývá mozky ruským kněžím“. Tvrzení v textu podloženo není. Text odpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek je propagandistický

2.2.5. Výtisk No. 46, pátek 14. 3. 2014

Natalia Bashlykova: Ruští poslanci dohlíží na referendum²³ (str. 1, 2)

Článek informuje čtenáře o přípravách na budoucí referendum. Autorka zmiňuje, že ne všichni považují referendum za legitimní. „Referendum o Krymu, v jeho současné podobě odporuje konstituci Ukrajiny a mělo by být vnímáno jako nezákonné“, cituje ministra zahraničních věcí Švýcarska. Oproti tomu ruští experti naopak připojení Krymu k Ruské federaci berou jako hotovou věc. Autorka prezentuje v textu odlišné názory, takže si čtenář může sám z textu vyvodit závěr. Text neodpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek není propagandistický

Sergej Podosenov: Ruskové se obávají občanské války na Ukrajině²⁴ (str. 2)

Článek vychází z průzkumu veřejného mínění, který se v souvislosti s událostmi na Ukrajině prováděl v Rusku. Můžeme zde vidět určité manipulativní prvky, např. vyjádření senátora Leonida Tagačeva. „Krise spojuje ruský národ. Všechna ruská města povstala na podporu svých krajanů na Ukrajině a v Krymu...Lidé pořádají demonstrace proti gangu, který se chopil vlády v Kyjevě. Banderó-fašismus chce potlačit ruské obyvatelstvo v Doněcku, Charkově, Kyjevě...“, cituje autor poslance. Ukrajinská vláda je tak v textu prezentována jako fašistická a banderovská, což může ovlivnit i vnímání čtenáře. Text odpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek je propagandistický

²³ Z originálu: Наталья Башлыкова. Российские парламентарии наблюдают за референдумом.

²⁴ Z originálu: Сергей Подосенов. Россияне опасаются гражданской войны на Украине.

2.2.6. Výtisk No. 47, pondělí 17. 3. 2014

**Elizaveta Maetnaja: „Někomu se to může nelíbit, ale my jsme šťastní“²⁵
(str. 1, 3)**

Článek pojednává o průběhu a prvních výsledcích krymského referenda. Popisuje aktuální situaci a cituje jeho účastníky. Autorka uvádí, že ačkoli účast je veliká, některé oblasti referendum bojkotovali. „*V Bakhchisaraii v oblastech hustě obydlených Tatary je volební účast horší.*“, píše. V článku tak vidíme oba postoje krymského obyvatelstva k referendu. Text neodpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek není propagandistický

Natalia Bashlykova: Souznění srdcí²⁶ (str. 2)

Článek komentuje předběžné výsledky krymského referenda. V textu jsou použité spekulace a nepodložené informace, např. prohlášení, že „*proti Rusku stojí ti, kdo organizovali na Ukrajině státní převrat a v Kyjevě dosadili k moci loutky.*“ Tato informace sice může být pravdivá, ale není prokázaná, proto v textu spíše vyznívá jako snaha o manipulaci s vnímáním čtenáře. Jsou zde použity i další zabarvené výrazy jako „*k moci přišli s pomocí krve*“. Text odpovídá stanovené definici.

Zhodnocení: článek je propagandistický

Natalia Bashlykova: Rusko nebude plnit doporučení Evropského parlamentu²⁷ (str. 4)

Článek pojednává o rezoluci s názvem „O invazi Ruska na Ukrajinu“, kterou Evropský parlament odsoudil působení Ruska na Krymu. V textu jsou obsaženy citace této rezoluce: „*v případě anexe Krymu by měla EU neprodleně přijmout vhodná opatření týkající se embarga na dodávky ruských zbraní a technologií, zavést vízová omezení, zmrazit aktiva, a také v plné míře přijmout opatření proti ruským firmám.*“ Následují reakce ruské politické scény a

²⁵ Z originálu: Елизавета Маетная. «Кому-то это может не нравиться, но мы счастливы».

²⁶ Z originálu: Наталья Башлыкова. Единение сердец.

²⁷ Z originálu: Наталья Башлыкова. Россия не станет выполнять рекомендации Европейского парламента.

expertů. Z mého hlediska jsou zde obsaženy obě názorové linky. Text neodpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek není propagandistický

2.2.7. Výtisk No. 48, úterý 18. 3. 2014

Alena Sivkova: Duma nabízí Krymu dvě varianty připojení²⁸ (str. 1, 4)

Článek informuje o tom, že ruský parlament diskutuje o budoucím statusu Krymského poloostrova v rámci Ruské federace. Autorka zmiňuje, jak se situace může vyvíjet: *„Krym se připojí jako autonomní republika a bude součástí jižního federativního okresu. V tom případě Krym s hlavním městem Sevastopol budou jednotní. Druhou variantou je, že Krym a Sevastopol budou oddělenými subjekty federace, přičemž Krym zůstane republikou.“* Dále se objasňuje, co to v obou případech pro Krym znamená. Text nenese žádné známky manipulace. Charakter textu je informativní a ukazuje obě možnosti vývoje situace na Krymu. Text neodpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek není propagandistický

Sergej Mironov: Své lidi jsme neopustili²⁹ (str. 4)

Článek je vyjádřením předsedy strany „Spravedlivé Rusko“. V textu najdeme některá prohlášení a označení, která můžeme považovat za propagandistická, např. *„nepodaření majdanští diktátoři“* anebo prohlášení, že výsledky referenda neovlivnil ani *„tlak některých západních politiků, kteří otevřeně vyhrožovali Rusku a spolu s ním i Krymu.“* Text odpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek je propagandistický

Ruben Garcia: Sociologové zaznamenali neobvyklou jednotu³⁰ (str. 4)

Autor v článku vychází z výsledků sociálního průzkumu mezi obyvateli Ruska. Cílem tohoto průzkumu bylo zjistit, jaký vztah mají Rusové k ruské politice na Krymu. Výsledky byly jednoznačné. *„94% respondentů se domnívá,*

²⁸ Z originálu: Алена Сивкова. Дума предложит Крыму два варианта присоединения.

²⁹ Z originálu: Сергей Миронов. Своих не бросили.

³⁰ Z originálu: Рубен Гарсия. Социологи зафиксировали редкое единодушие.

že je nezbytné na Krymu ochránit národní zájmy, 86% vnímají poloostrov jako část Ruska a 91% souhlasí s připojením.“, cituje autor výsledky průzkumu. V článku figurují i mínění poslanců, kteří zastávají opoziční pohled. Poslanec Státní dumy Ilja Ponomorev tvrdí: „Upřímně doufám, že Krym připojen nebude, protože jestli se tak stane, může to vést k přezkoumání hranic v celém postsovětském prostoru.“ Stejného názoru je i jeho kolega Boris Němcov. „Je to návod pro další národní republiky, ve kterých převládají separatistické nálady, jak se oddělit.“, tvrdí. Článek tak prezentuje odlišné pohledy na tuto situaci, proto dle mého názoru stanovené hypotéze neodpovídá.

Zhodnocení: článek není propagandistický

2.2.8. Výtisk No. 49, středa 19. 3. 2014

Egor Sozaev-Gurjev: Historický podpis³¹ (str. 1, 2)

Článek informuje čtenáře, jak probíhal podpis smlouvy o přistoupení Krymu k Ruské federaci. Autor zmiňuje, že se události účastnili, jak zastánci tak i odpůrci připojení Krymu k Ruské federaci. Cituje i jejich důvody k zastávané pozici. „Stačilo uznat Krym. A připojit ho k Ruské federaci je porušením dohod uzavřených s Ukrajinou. Kdo chce spolupracovat se státem, který porušuje uzavřené dohody.“, cituje poslance Ilju Ponomareva. Text neodpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek není propagandistický

Alexander Junashev: „Jsme spolu“³² (str. 1, 3)

Článek popisuje slavnosti, které se konaly na Rudém náměstí po podpisu smlouvy o připojení Krymu k Ruské federaci. Cituje účastníky slavnosti a popisuje, jak probíhaly. Obsahuje některá vyjádření, která by se dala považovat za zavádějící a manipulativní, např. „knokautovali jsme Majdan a Obamu“. Text proto můžeme označit za odpovídající stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek je propagandistický

³¹ Z originálu: Егор Созаев-Гурьев. Историческая подпись.

³² Z originálu: Александр Юнашев. «Мы вместе»

Elena Teslova, Alexandra Subbotina: 18. března se má stát státním svátkem³³ (str. 6)

V článku jsou uvedeny důvody, proč by se 18. března – den připojení Krymu k Rusku – mělo stát státním svátkem. „*Myslím si, že dnes jsou všichni občané hrdí na svou zemi. Takový vzestup jsem neviděl už hodně dlouho. Je to skutečné vítězství! Z mého pohledu je tento den hoděn toho, aby byl zapsán do dějin.*“, píše se v textu. Můžeme vidět, že článek je proruský orientovaný a nenabízí pro čtenáře žádnou jinou alternativu. Text odpovídá stanovené hypotéze.

Zhodnocení: článek je propagandistický

2.3. SHRUTÍ VÝSLEDKŮ

Příloha č. 1 (tabulka)

Příloha č. 2 (graf)

Než přejdu k rekapitulaci provedeného výzkumu, ráda bych shrnula obecné cíle praktické části. Smyslem výzkumu bylo zjistit, zda se ve vybraných denících můžeme setkat s fenoménem propagandy, tak jak ji definují Garth S. Jowett a Victoria O'Donnell. A pokud ano v jakém procentuálním poměru se vyskytují články propagandistické vůči těm nepropagandistickým. Jako výzkumný případ jsem vybrala Krymskou krizi, čili předmětem studia byly ty články, které se jí zabývaly. K výzkumným záměrům jsem pak využila obsahovou analýzu zkoumaných dat.

Z výsledků výzkumu vyplývá, že se s propagandou můžeme setkat v obou sledovaných denících – jak v ruském deníku Izvestia, tak v českém deníku Mladá fronta Dnes. Můžeme zde ale vidět jasný rozdíl v poměru propagandistických článků vůči těm nepropagandistickým. Zatímco z výzkumu článků Mladé fronty Dnes se ukázalo, že propagandistické tendence má zhruba 33% článků ze všech sledovaných, deník Izvestia ukazuje vyšší procentuální výskyt – až 50% článků jsou propagandistické. Z těchto údajů

³³ Z originálu: 18 марта предлагают объявить праздником.

můžeme vyvodit závěr, že propaganda je tématem stále aktuálním, ale ve větší míře se s ní setkáváme v ruském periodiku.

U sledovaných článků navíc můžeme vidět určitou systematickosti, co se týče používaných frází a propagandistických metod. Nejlépe se to pak pozoruje u deníku Izvestia. Můžeme si všimnout silně protiamerických a protizápadních postojů. Ukrajinská vláda se v textech často označuje jako „banderovská“, „fašistická“, „diktátorská“, což má vyvolat negativní konotace u čtenářů. Prozápádní média se zde vždy označují jako propagandistická, zaujatá, v jejichž souvislosti se užívá pojem „vymývání mozků“. Některé propagandistické texty jsou též velice vlastenecké, vyzývají k jednotě, k bratrstvu. Apelují na nostalgii čtenářů a jsou často citově zabarvené. V některých textech se též využívá ruský „kult“ SSSR a návrat k těmto dobám. Z tematického hlediska jsou velice proruské. Opoziční názor je omezen na minimum. V případě propagandy v Mladé frontě Dnes je to složitější. Často je lehce přehlédnutelná. Co jsem ale mohla zpozorovat je, že jako informátory jsou často vybírány pouze osoby z jednoho názorového spektra. Přestože mým cílem nebylo zkoumat charakteristiky propagandy v těchto článcích, nemohla jsem je přehlédnout, a proto jsem se rozhodla své postřehy zde uvést. Domnívám se, že na tomto místě se rýsuje potenciál pro další, mnohem hlubší výzkum propagandy.

ZÁVĚR

Propaganda – fenomén, který má většina z nás spojen hlavně s totalitními režimy – nezmizel s pádem Berlínské zdi. Jak jsme se mohli přesvědčit, je stále přítomen. V minulosti byl důležitým nástrojem ideologií, které s pomocí propagandistických technik ovládaly masy a budovaly tak totalitní dějiny, které s hrůzou vzpomínáme do dnes. Jak se často říká, je potřeba se ze svých chyb učit. Myslím si, že to platí i v tomto případě. Je velice nebezpečné se domnívat, že propaganda je přežitkem minulého století, obzvláště když si uvědomíme, jakých masových rozměrů by mohla dosáhnout v době internetu. To, co si velcí propagandisté uvědomovali, je právě ona masovost. Propaganda není účinná, pokud neexistují masy, které se dají lehce zmanipulovat. Chceme-li předejít opakování dějin, je potřeba učinit opatření co nejdříve. Klíčem k tomu je znalost a alespoň obecné povědomí o propagandě, které by mělo být lidem vštěpováno spolu s obecným vzděláním. Musíme se naučit propagandu rozpoznávat a zachovávat zdravou skepsi ke všem informacím, které z okolí přijímáme. Musíme myslet kriticky. Konec konců schopnost myslet z nás učinila to, co jsme.

LITERATURA

1. **BARTÁK**, Jan. (2002). Média jako překážka v komunikaci. Sborník textů k mezinárodní konferenci. Votobia: Praha. ISBN 80-7220-141-7
2. **BENNETT**, Beth S.; **O'ROURKE**, Sean Patrick. (2006). *A Prolegomenon to the Future study of Rhetoric and Propaganda. Critical Foundations*. In: Propaganda and Persuasion: New and Classic Essays. Eds. Garth S. Jowett – Victoria O'Donnell. London and New Delhi, s. 51-71.
3. **BERNAYS**, Edward. (2004). *Propaganda: How the Media Molds Your Mind*. 1. vyd. Brooklyn: Ig Publishing, 1928. 168 str. ISBN 978-09703125-9-4.
4. **ELLUL**, J. (1973) *Propaganda. The Formation of Men's Attitudes*. Random House, Inc.: New York. ISBN 0-394-71874-7.
5. **FTOREK**, Jozef. (2010). *Public Relations a politika: kdo a jak řídí naše osudy s naším souhlasem*. Praha: Grada Publishing, a.s.: Havlíčkův Brod ISBN 978-80-247-3376-0.
6. **GUILDAY**, P. (1921). „*The Scared Congregation De Propaganda Fide (1622 – 1922)*“ *Catholic Historical Review*, vol. 6, no. 4, str. 478 - 494
7. **CHLUPÁČ**, M. (1978). *Propaganda jako společenský jev*. Státní pedagogické nakladatelství: Praha.
8. **ILOWIECKI**, M. T.; **ŽANTOVSKÝ**, P. (2008). Manipulace v médiích. Univerzita Jana Amose Komenského: Praha. ISBN 978-80-86723-50-1.
9. **JACKALL**, R. (1995). *Propaganda*. New York University Press: New York, Washington Square. ISBN 0-8147-4197-5.
10. **JOWETT**, Garth S.; **O'DONNELL**, Victoria. (2012). *Propaganda and Persuasion*. SAGE Publications, Inc.: Los Angeles, 5th ed. ISBN 978-1-4129-7782-1.
11. **LASWELL**, Harold D. (1927) *The Theory of Political Propaganda*. American Political Science Review, Vol. 21, No. 3., str. 627-631
12. **LIPPMANN**, W. (1925). *The Phantom Public*. London: Macmillan. In: Propaganda. Robert Jackall. New York University Press: New York, Washington Square. ISBN 0-8147-4197-5.

13. **NAVARA**, Luděk; **ALBRECHT**, Josef. (2010). *Abeceda komunismu*. HOST: Brno, 235 s. ISBN 978-80-7294-340-1.
14. **O'SHAUGNESSY**, Nicholas. (2004). *Politics and propaganda*. Manchester University Press: Manchester.
15. **RAMONET**, Ignacio. (2003). *Tyranie médií*. Mladá fronta: Praha. ISBN 80-204-1037-6.
16. **REJZEK**, J. (2002). *Český etymologický slovník*. LEDA: Praha.
17. **STEINER**, Hanuš. (1968). *Teoretické problémy propagandy a společenského vědomí*. Vyd. 1. Brno: Universita J. E. Purkyně, str. 96 – 120.
18. **SVRŠEK**, Jiří. (2004). *Informační společnost*. Podle článku Phila Grahama. [online]. 07/09/2004. [cit. 09/06/2015]. Dostupné z: <http://natura.baf.cz/natura/2004/9/20040907.html>
19. **THOMSON**, Oliver. (1977). *Mass persuasion in history: An historical analysis of the development of propaganda techniques*. Edinburgh: P. Harris.
20. **TYLOR**, Philip. (2003). *Munitions of the mind*. Manchester University Press: Manchester.
21. **VÁCHA**, Jaroslav, ed. a kol. (1971). *Slovník spisovného jazyka českého*. 1. vyd. Praha: Academia, 4 sv.
22. **WHITTON**, John B. (1951). *Propaganda in cold wars*. The Public Opinion Quarterly, Vol. 15, No. 1, pp. 142-144
23. **Všeobecná deklarace lidských práv**, OSN, r. 1948

PRAMENY POUŽITÉ K VÝZKUMU

Deník Mladá fronta Dnes – 56/2014, 57/2014, 58/2014, 59/2014, 60/2014, 61/2014, 62/2014, 63/2014, 64/2014, 65/2014, 66/2014

Deník Izvestia – 42/2014, 43/2014, 44/2014, 45/2014, 46/2014, 47/2014, 48/2014, 49/2014

Příloha č. 1 (tabulka)

Název periodika	Vydání	Strana	Článek	Výsledek
MF Dnes	56/2014	4A	<i>Na Putina se mě neptejte, co kdyby to slyšel klient</i>	N
MF Dnes	56/2014	6B	<i>Krym vyhlásil bezodkladné připojení k Rusku, EU tápe</i>	N
MF Dnes	56/2014	6B	<i>Východ Ukrajiny se bouří méně, než Putin doufal</i>	P
MF Dnes	57/2014	A7	<i>Krym není jako Kosovo. Rusko porušuje mezinárodní právo</i>	N
MF Dnes	58/2014	A7	<i>Moskva nás zahrne rubly, malují si krymští separatisté</i>	P
MF Dnes	59/2014	4B	<i>Rusové pokračují v systematické okupaci Krymu</i>	P
MF Dnes	61/2014	6B	<i>„Ukrajina se odtrhla nezákonně“</i>	N
MF Dnes	62/2014	6B	<i>Kdyby tak Krym patřil Česku, to by byla krása!</i>	N
MF Dnes	63/2014	6A	<i>Krym miluje Rusko. Jiný názor nepřichází v úvahu</i>	P
MF Dnes	63/2014	6A	<i>„Jaké referendum? Vždyť nedává na výběr!“</i>	P
MF Dnes	64/2014	6A	<i>Referendum před hlavními automatů aneb Krym hlasuje o připojení k Rusku</i>	N
MF Dnes	65/2014	B9	<i>Místo, kde (ne) Rusové obklíčili ukrajinské vojáky</i>	N
MF Dnes	66/2014	A1, A2	<i>Putin mění hranice. Vrací se studená válka?</i>	N
MF Dnes	66/2014	2A	<i>Putin: Nemohli jsme nechat obyvatele Krymu na holičkách</i>	N
MF Dnes	66/2014	A3	<i>Je to bezostyšná vojenská invaze</i>	N
Izvestia	42/2014	1,3	<i>Krym urychluje proces historického sjednocení s Ruskem</i>	P

Izvestia	42/2014	3	<i>Centrální banka požádala o přípravu na zavedení rublu na Krymu</i>	N
Izvestia	42/2014	3	<i>„Jednotné Rusko“ a komunistická strana nesouhlasí s Leonidem Slutskym</i>	N
Izvestia	42/2014	11	<i>Kyjev, co se týká Krymské otázky, doufá v NATO</i>	N
Izvestia	42/2014	11	<i>Ankara slibuje, že nenechá Krym bez dozoru</i>	P
Izvestia	43/2014	1,3	<i>„Rusové svůj lid neopouštějí“</i>	P
Izvestia	43/2014	6	<i>Sociální aktivisté plánují vytvořit seznam nacionalistických médií na Ukrajině</i>	P
Izvestia	44/2014	1,2	<i>Ministerstvo financí je připraveno přidělit na Krym 30 miliard rublů</i>	N
Izvestia	44/2014	2	<i>Většina obyvatel Krymu, by se ráda považovala za občany Ruska</i>	N
Izvestia	44/2014	7	<i>Kulturní pracovníci podpořili pozici prezidenta</i>	P
Izvestia	44/2014	8	<i>Konstantin Volkov: „Prosíme poslat důkazy násilí“</i>	P
Izvestia	44/2014	8	<i>Krymská vláda legalizovala krymsko-tatarský jazyk</i>	N
Izvestia	45/2014	2	<i>Krymskou diecézi zaregistrují v Rusku</i>	P
Izvestia	46/2014	1,2	<i>Ruští poslanci dohlíží na referendum</i>	N
Izvestia	46/2014	2	<i>Rusové se obávají občanské války na Ukrajině</i>	P
Izvestia	47/2014	1,3	<i>„Někomu se to může nelíbit, ale my jsme šťastní“</i>	N
Izvestia	47/2014	2	<i>Souznění srdcí</i>	P
Izvestia	47/2014	4	<i>Rusko nebude plnit doporučení Evropského parlamentu</i>	N

Izvestia	48/2014	1,4	<i>Duma nabízí Krymu dvě varianty připojení</i>	N
Izvestia	48/2014	4	<i>Své lidi jsme neopustili</i>	P
Izvestia	48/2014	4	<i>Sociologové zaznamenali neobvyklou jednotu</i>	N
Izvestia	49/2014	1,2	<i>Historický podpis</i>	N
Izvestia	49/2014	1,3	<i>„Jsme spolu“</i>	P
Izvestia	49/2014	6	<i>18. března se má stát státním svátkem</i>	P

Kódování tabulky:

P (pozitivní) – článek je propagandistický

N (negativní) – článek není propagandistický

Příloha č. 2 (graf)

