

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

**Politická propaganda v českém kontextu: Analýza
Parlamentních listů, Sputnik News, Aeronet**

Ondřej Dvořák

Plzeň 2020

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Studijní program Politologie

Studijní obor Politologie

Bakalářská práce

**Politická propaganda v českém kontextu: Analýza
Parlamentních listů, Sputnik News, Aeronet**

Ondřej Dvořák

Vedoucí práce:

PhDr. Petr Krčál, Ph.D

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2020

Čestné prohlášení:

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval samostatně a použil jen uvedených pramenů a literatury.

V Plzni dne:

.....

Poděkování

Chtěl bych poděkovat PhDr. Petru Krčálovi Ph.D., za vedení bakalářské práce, za poskytnutí užitečných rad, za poskytnutý čas a trpělivost.

Obsah

1 ÚVOD.....	1
2 TEORIE PROPAGANDY.....	4
2.1. Co je to propaganda.....	4
2.2. Propaganda a její rozlišení.....	5
2.3. Propaganda a její strategie.....	9
3 DEZINFORMACE.....	12
3.1. Dezinformační weby.....	15
4 METODOLOGIE A KRITÉRIA PROPAGANDY.....	18
5 ANALÝZA.....	20
5.1. Aeronet.....	20
5.2. Sputnik News.....	25
5.3. Parlamentní listy.....	30
6 ZÁVĚR.....	33
7 SEZNAM LITERATURY.....	38
8 RESUMÉ.....	48

1 ÚVOD

Internetová média se stala fenoménem dnešní doby. Lidé jsou mediálnímu obsahu vystaveni v mnohem větším rozsahu než kdy předtím. Za signifikantním růstem množství sdílených a přijímaných informací stojí především rozvoj internetu. Internet je virtuální prostor, který umožňuje rychlé a efektivní šíření mediálního toku informací mezi čtenáře, posluchače nebo diváky. Možností sdílet na internetu libovolné informace však disponuje většina populace. Z tohoto důvodu není lehké se v tomto prostoru orientovat a je téměř nemožné přijímat jen ověřené a pravdivé informace z důvěryhodných zdrojů. Za obdobný případ lze označit média. Při tvorbě článků pro internetová média často novináři a žurnalisté nedodržují normy žurnalistické etiky. Mnohdy sdílí neověřitelný mediální obsah a dezinformace, které jsou například lživé, očeňující či nenávislné. Skrze média se ke společnosti dostává cílená propaganda, jejímž cílem je účelově a rozličnými metodami ovlivňovat veřejné mínění a chování. V České republice došlo od dob ukrajinské krize k enormnímu nárůstu četnosti dezinformací. Momentálně v České republice existuje kolem 40 webů, které se na šíření dezinformací podílí (Syrovátka 2017: 3). Těmi, kdo se snaží ovlivňovat českou společnost skrze média, jsou dle údajů Bezpečnostní informační služby (BIS) Ruská federace a Čínská lidová republika. Tyto státy jsou Bezpečnostní informační službou (BIS) považovány za největší zahraniční hrozbu České republiky, především co se bezpečnosti a dalších klíčových zájmů týče. Češi se stali obětmi hybridní války, jejíž strategie je v evropských zemích zaměřena proti Severoatlantické alianci (NATO) a Evropské unii (EU). Propaganda pomocí dezinformačních webů se tedy snaží přesvědčovat společnost v České republice o tom, že být členy NATO a EU, liberální demokracie nebo spolupráce s USA, je škodlivá. Tímto dochází k oslabování vnitřní síly NATO a EU (Bezpečnostní informační služba 2017: 10).

V dnešním světě má člověk přístup k velkému množství zpráv, které nemusí být vždy kvalitní a pravdivé. Mnohdy je obtížné se v takovém množství mediálního obsahu vyznat a vyhodnotit, který článek je relevantní a pravdivý. Mediální

vzdělávání je tedy základem a nutným předpokladem informovaného a uvědomělého přístupu k rozličným datům a sdělením. Se záměrem zlepšit informovanost na poli mediální vzdělanosti byla sepsána i tato bakalářská práce, jejíž cílem je ověřit, zda níže zmíněné weby používají ve svých článcích znaky propagandy a případně zjistit jakému ovlivnění smyšlení (názoru, postoje) lidí chce propaganda pravděpodobně dosáhnout. V práci bude popsáno, jakým konkrétním způsobem média Aeronet, Sputnik News a Parlamentní listy šíří propagandu. Jelikož zkoumám období před volbami do Evropského parlamentu, a to konkrétně od 1. března do 24. května 2019, budou v analytické části uvedeny články, které se zabývají primárně vztahem s EU, NATO a k nim náležícím tématům. Otázkami, kterými se práce zabývá jsou: Jsou v článcích pozorovatelné propagandistické prvky? Jaký mají charakter?

Tato práce je strukturována do dvou základních částí. První část se zabývá teoretickým úvodem do tematiky. Tato teoretická část se skládá z několika podkapitol, které se zabývají například vysvětlením pojmu propaganda, rozlišením propagandy, různými definicemi vědců zabývajících se danou problematikou, strategie propagandy, vysvětlením pojmu dezinformace, představením analyzovaných dezinformačních webů, a rozborem metodologie analýzy. V druhé, praktické, části bude analyzováno množství zpráv od 1. března do 24. května 2019, které publikovala internetová média Aeronet, Sputnik News a Parlamentní listy. Aeronet patří, na rozdíl od Sputnik News a Parlamentních listů, z pohledu četnosti sdílení článků k méně aktivním médiím. K analýze internetového média Aeronet bylo použito 53 článků. Rozsah textu těchto článků se přibližně pohyboval mezi 8000 až 13000 znaky. Další médium, Sputnik News, sdílí denně velké množství článků, avšak s menším počtem znaků. K analýze tohoto média bylo použito 154 článků. Obsah analyzovaných článků se pohyboval v rozmezí 1000 až 3000 znaky. Posledním analyzovaným médiem byly Parlamentní listy. K analýze bylo použito 85 článků. Rozsah článků byl přibližně 3000 až 6000 znaků. V této práci byla aplikována kvalitativní obsahová analýza. Pomocí této analýzy došlo k vyhodnocení jednotlivých médií.

Samotné vyhodnocení bylo podloženo předem vydefinovanými znaky propagandy uvedených dále v práci. Kvalitativní obsahová analýza byla oporou pro zodpovězení výzkumných otázek.

2 TEORIE PROPAGANDY

2.1. Co je to propaganda

K pojmenování cíleného ovlivňování lidí a působení informačního prostředí se v dnešní době používá několik pojmů. Těmito pojmy jsou například strategická komunikace, informační operace, psychologická operace, veřejné záležitosti a existuje mnoho dalších označení. Avšak nejpřesnějším a nejstarším pojmem je slovo propaganda (Řehka 2017: 63). Na termín propaganda se v moderní společnosti nahlíží jako na něco negativního. Občané v liberálně demokratických režimech si tento pojem spojují s bývalými režimy ve 20. století, jako byly fašismus, nacismus a sovětský socialismus (Ftorek 2010: 45). Slyšet z úst vedoucích představitelů vlád, že je na civilisty mířena systematická propaganda, by šlo jen zřídka. Dnes jsou například představitelé politických stran osočováni z propagandy, v negativním smyslu, od svých politických soupeřů a oponentů. Pravda je ale taková, že pokud chce být stát či političtí aktéři v dnešní informační válce úspěšní, nemají na výběr a propagandu využívat musí (Řehka 2017: 63). Jedná se o informace nebo myšlenky, kterými se snaží nějaká elita (například vláda) ovlivnit myšlení a postoje cílové skupiny lidí tak, aby podpořila propagandisty. Pokud se má propaganda těšit úspěchu, musí tvůrce dobře porozumět hodnotám svého cílového publika. Nejčastěji cílí na morálku, potřeby a strach ve společnosti (Sample – Justice – Darraj 2018: 173). Propaganda s námi komunikuje dnes a denně. Jsme jí vystaveni při čtení novinových článků, sledováním televize, posloucháním rádia, na sociálních sítích atd. Jejím cílem je přesvědčovat a manipulovat. Avšak propaganda nemusí mít vždy pouze pejorativní význam, může docházet i k pozitivní propagandě. Příkladem pro pozitivní propagandu by mohla být například ta, která se snaží posílit sebeúctu afrických Američanů. Ovšem velká část propagandy, již jsou vystaveni občané v liberální demokracii, se snaží podkopávat a měnit jejich hodnoty pomocí demagogie, která míří na lidské emoce, nikoliv na rozum (Wood 2016: 381–383).

2.2. Propaganda a její rozlišení

Propaganda má mnoho podob a téměř vždy se v nějaké formě snaží aktivovat určitou ideologii. Snaží se probudit publikum k určitým cílům. Časté jsou též následky určité změny (například ovlivnění voleb nebo demoralizace společnosti) (Jowett – O'Donnell 2015: 17). Propaganda by se dala charakterizovat různými způsoby, ale žádná definice není stoprocentně přesná. Mezi prvními vědci, kteří se profesionálně zabývali propagandou, byl Edward L. Bernays. Byl jedním z prvních, kdo přišel i s pojmem *public relations* (zprofanoval tento termín). Tvrdil, že důležitým pilířem v demokratické společnosti je vědomá manipulace s nějakými organizovanými zvyky a názory mas. Elity využívající neviditelného mechanismu, jako je manipulace, si udržují své pozice a skrze ně vládnou. Řídí společnost svými přirozenými schopnostmi vládnout a formují veřejné mínění. Společnost je ovládána, její mysl je formována a její myšlenky jsou předem navrženy lidmi, o kterých nikdy neslyšela. Bernays pracuje s termínem „vědomá a inteligentní manipulace“. Elita má touto manipulací disponovat a lidé mají být ovládáni. Ovládání skrze propagandu a *public relations* vidí velmi pozitivně (byl elitářem) (Bernays 1955: 9–12).

Harold Lasswella tvrdí, že propaganda je jedním ze základních pilířů demokracie (do jisté míry vychází z Bernayse). Připouští, že tam, kde byl dříve používán diktátorský režim, zavražďování a násilí, dnes musí být použity argumenty a přesvědčování. To se má dít v demokratických režimech skrze propagandistické úsilí (Lasswell 1927: 631). Tvrdil, že silná propaganda nebyla výsledkem přitažlivosti nebo podstaty konkrétních zpráv, ale byla dána zranitelností stavu průměrných lidí. Míru zranitelnosti průměrných lidí lze nejčastěji určit na základě velikosti ekonomické deprese a politických konfliktů, které v lidech vyvolávají negativní psychické stavy, a ti jsou pak nachýlenější přijímat i drsné formy propagandy (Naveed 2016).

Typologie propagandy podle J. Ellula považuje za nutné, kromě politických a vnějších rozdílů propagandy, definovat i jiné, spočívající v určitých vnitřních vlastnostech propagandy. Nejprve musí dojít k rozlišení propagandy na politickou a sociologickou. Politická propaganda je typ, který využívá techniky k ovlivňování vlády, politických stran, správy a cílové skupiny s cílem změnit chování veřejnosti. Má jasně definované, rozlišené a zároveň obecně omezené cíle. Politická propaganda se většinou snaží o přímou a důraznou kampaň, která je pro své obecnstvo ohromující a zahlťte jej argumenty. Jako typický příklad může být uvedena Hitlerova nebo Stalinova propaganda. Propaganda sociologická podle Ellula je mnohem rozsáhlejší a více komplexní. Snaží se o co největší dosah mezi lidmi a klade si za cíl sjednocovat jejich styl myšlení a chování podle nějakého vzoru, a to i za hranicemi, vnucuje se také jiným skupinám. Hlavním faktorem umožňujícím propagandě proniknout k jednotlivcům a masám je stávající ekonomická, politická a sociologická situace. Určitá ideologie je ustanovena prostřednictvím ekonomických a politických struktur a vede k aktivní účasti mas a přizpůsobení jednotlivců. Z minulosti lze jako příklad uvést křesťanskou propagandu ve středověku (Ellul 1965: 61–64).

Dalšími typy jsou agitační a integrační propaganda. Nejrozšířenější a nejviditelnější je agitační propaganda. Jde o druh podvratné propagandy, která má většinou opoziční charakter. Nejčastěji se snaží o zničení vlády nebo ustaveného řádu pomocí vyvolané války nebo vzpoury. Tímto typem propagandy však může disponovat i vláda, která se snaží mobilizovat celý národ pro válku. Propaganda je využívána proti nepříteli, jehož sílu potřebuje zničit psychologickými a fyzickými prostředky. Tento druh na sebe přitahuje pozornost kvůli svému výbušnému a revolučnímu charakteru. Aby uspěla, musí mířit na nejjednodušší a nejsilnější city prostřednictvím nejzákladnějších prostředků. Nenávist je autorem považována za nejziskovější zdroj úspěchu. Také dosti využívá polopravdy, lživé a hlavně emocionálně založené informace. Opakem agitační propagandy je propaganda integrační. Autor o ni tvrdí, že se vyskytuje v rozvinutých národech a že je charakteristická pro dnešní civilizaci

(neexistuje před 20. stoletím). Považuje ji za propagandu shody. Za cíl si klade integraci a přimět jednotlivce k všestranné angažovanosti ve společnosti. Tento typ propagandy má dlouhodobý charakter a usiluje o získání stabilního chování a přizpůsobení jednotlivce v jeho každodenním životě. Snaží se z dlouhodobého hlediska změnit jedincovo myšlení a chování. Tato propaganda je mnohem rozsáhlejší a komplexnější než propaganda agitace. Je také mnohem jemnější a složitější. Nesnaží se pouze o dočasný rozruch ve společnosti, nýbrž o úplné formování člověka. K tomu využívá veškeré psychologické a názorové analýzy a masové komunikační prostředky (Ellul 1965: 71–76).

Dále je potřeba uvést dělení propagandy na vertikální a horizontální propagandu. Vertikální propagandu tvoří vůdce, ať už politický nebo náboženský, skrze ni se snaží ovládat masy, které jsou pod ním (propaganda shora). K tomu používá všechny technické metody centralizované hromadné komunikace. Tento typ propagandy vyžaduje pasivní přístup všech, kteří jsou propagandě podrobeni. V horizontální propagandě neexistuje vůdce, všichni se zde jsou rovni. Identita propagátora není známá. Jde o mnohem složitější formu propagandy, jelikož se lidé mohou svobodně rozhodovat. Horizontální propaganda potřebuje velkou organizaci lidí, která bude členěná do několik malých skupin, kam se bude dále šířit mezi obyvatelstvem dosah propagandy (Ellul 1965: 79–82).

V dnešní době se propaganda nejčastěji rozděluje na bílou, černou a šedou. Toto členění je používáno od dob druhé světové války, kdy Velká Británie do těchto kategorií rozřadila propagandu nacistického Německa. Celé členění vychází z toho, na jakém základě je propaganda postavena. Tedy jestli si zakládá na pravdivých faktech nebo na čiré lži (Ftorek 2010: 49). Bílá propaganda se ze zbylých typů jeví jako nejvíce relevantní. K přesvědčování používá pravdivé informace. Je zde jasný původ použitých dat, která jsou na rozdíl od ostatních kategorií vyhledatelná a jejichž pravdivost je ověřitelná. Bílá propaganda si sice zakládá a spoléhá na pravdivost informací, které vypouští do veřejného prostoru, ale často je prezentuje neobjektivně. Bílý typ propagandy se snaží vybudovat

důvěryhodnost u publika, čehož chce v budoucnosti využít (Mull – Wallin 2013: 2; Ftorek 2010: 49). Dalším typem propagandy, a mezníkem mezi bílou a černou propagandou, je šedá propaganda. Šedá propaganda už nemá konkrétně identifikovaný zdroj a zakrývá původ informací. Zdroj může nebo nemusí být správně identifikovatelný a přesnost informací není jistá. Šedá propaganda může působit jako přátelská či neutrální, ovšem zdroj může pocházet z nepřátelského zdroje. Z důvodu složitosti a vyšší obtížnosti ověřování dat, než je u bílé, je šedá propaganda považována za záludnější a zrádnější. Poslední, nejméně čestný typ, se nazývá černá propaganda. Její zdroj zůstává skrytý nebo je připisován falešné autoritě. Šíří lži, výmysly, klamy a podvody. Tyto dezinformace jsou obecně podávány důvěryhodně a přesvědčivě. Například využívání černé propagandy se děje tak, že nepřátelská strana zasévá nepravdivé informace do země protivníka. Vnukává do společnosti nedůvěru ve vládu či armádu a demoralizuje společnost vyvolává strach, chaos (Ftorek 2010: 49; Jowett– O’Donnell 2015: 19–20). Jacques Ellul si myslí, že většina lidí je lehkou kořistí propagandy, jelikož jsou přesvědčení, že propagandou jsou mylné, především lživé informace. To však není pravda, protože i propaganda může obsahovat pravdivé informace. Propaganda záměrně používá pravdivé a polopravdivé informace, které vytrhává ze souvislosti, čímž vzbuzuje pocit větší důvěryhodnosti (Ftorek 2010: 48).

2.3. Propaganda a její strategie

Každá úspěšná propaganda by měla mít důkladně promyšlenou strategii. Aby měla úspěch, musí dobře znát problémy a potřeby tam, kam cílí. Zpravidla též disponuje různými propagačními prostředky a metodami, jež využívá k ovlivňování postojů a názorů co největšího množství lidí v cílové skupině. Strategie má tedy za úkol změnu myšlení a postoje cílové skupiny, ale také dokonce přimět ovlivněnou skupinu k nevědomé spolupráci. Lidé se tak bez jejich vědomí mohou stát oběťmi propagandy a zároveň těmi, co obsah do jisté míry i vytváří a hlavně propagují. Zjevným příkladem může být sdílení nějakého skrytě propagandistického článku na sociálních sítích a připsání komentáře, anebo vyvolání nějaké diskuze mezi lidmi na internetu (Wood 2016: 386; Verner 2011: 17–18).

Dobrym předpokladem pro propagandu a manipulaci je používání zajetých praktik v médiích. Dle analýzy od Institutu propagandy dochází v médiích k následujícím sedmi nejrozšířenějším trikům. Prvním je časté opakování nějakého popírání či osočování. To však nestojí na nějaké silné argumentaci, nýbrž spoléhá na to, že stokrát řečená lež se stane pravdou. Druhým jsou sympatické okolnosti. Zde dochází ke sdružení nějakých okolností, které publiku podává v pozitivním duchu. Tím dojde k tomu, že publikum nemusí mít potřebu si informaci ověřovat. Třetí se označuje jako přenášení, zde dochází k přenášení nějaké určité autority (prestiže) z věci na jinou věc nebo z osoby na osobu. Cílem je získat náklonnost publika. Dojít může i k opačné situaci, kdy lze naopak očerňovat a vyvolávat odpor k té dané věci či osobě. Čtvrtým je svědectví. To se používá tehdy, když je potřeba zdůvodnit, proč je něco dobré nebo špatné. Jedná se o to, že se svědectví opírají o nějakou osobu, která je veřejností vnímaná buď jako oblíbená či neoblíbená, podle ní se potom odvíjí to, co je označeno dobré nebo špatné. Pátá metoda, lidskost, se snaží v publiku vyvolat pocit důvěry a souhlasu tomu, co dané médium hlásá. Souhlas je zapříčiněn tím, že se to dané médium snaží klást důraz na to, aby lidé věřili, že

oni jsou hlasem lidu, národa a nás všech. Jako šestý trik se uvádí překrucování faktů a argumentů. Zde se snaží o vytržení kontextu daných událostí. Události jsou potom podány tak, aby v publiku vyvolaly co největší vlnu souhlasu či nesouhlasu. Posledním, sedmým, způsobem je takzvané nahánění stáda. Zde je důraz kladen na to, aby všichni členové skupiny souhlasili s hlásanou idejí a s programem protagonisty. Vytváří tak nátlak, aby s jejich názorem souhlasil co největší počet lidí (Barták 2002: 85–86).

Aby bylo přesvědčování v propagandě účinné, musí zdroj vyvolávat v publiku pocit, že jsou jím podávané informace ověřené a že pochází od opravdových odborníků. Teprve potom jsou zdroje čtenáři považovány za důvěryhodné. Jedná se o podobný případ, jako když v reklamních spotech na zubní pastu promlouvají lékaři a zubaři, kteří jsou pro diváky důvěryhodným zdrojem informací. Existují dva přístupy, jež předkládají přesvědčivé zprávy. Jedná se o využití rozumu nebo emocí. Vzdělaní a analytičtí lidé jsou nakloněni spíše k informacím založeným na logické argumentaci, nežli k argumentaci založené na emocích (Tawak 2016: 2–3). Velká skupina lidí je však náchylná právě k propagandě založené na emocích. Proto také ti největší propagandisté často míří na emoce jako strach, hněv, nespravedlnost nebo také nenávisť. Snaží se ve společnosti vyvolat strach a zmatek. Volí je z toho důvodu, že ve vypjatých emočních situacích lidé jsou mnohem více nakloněni k tomu, že přijmou nejjednodušší odpovědi, a dá se jimi tedy lépe manipulovat. Propaganda, která má destruktivní úmysly, často začíná vyvoláváním negativních emocí (Shabo 2008: 81).

Jeden z nejdůležitějších principů funguje tak, že dojde ke spojení nějaké propagované myšlenky nebo objektu s určitým přístupem, symbolem nebo emocí, který je lidem dobře znám a cítí se s ním ztotožnění. Jak již bylo řečeno, znalost publika patří mezi nejdůležitější kroky propagandy. Musí se využívat symboly bohaté na emocionální význam. A to především takové, které oslovují co nejširší spektrum obecnstva a kladou důraz na postoje a city (například

spravedlnost, krása, svoboda, ekonomika, patriotismus) (Cantril 1938: 218). Propagandistické snahy se vždy snaží cílit spíše na skupiny než na jednotlivce. Pokud je propagandistické úsilí úspěšné, tak přeměňuje skupiny na davy (Postman 1979: 133). Jakmile propagandista zajistí nenávisť, strach, nedůvěru v režim, může potom docela snadno řídit zmanipulované obyvatelstvo požadovaným směrem. Člověk, který nedůvěřuje, je ostražitý a nejistý. Když lidé nedůvěřují nějaké osobě nebo skupině, tak neustále hledají chyby či nesprávné kroky, ať už jsou sebemenší (Shabo 2008: 84).

3 DEZINFORMACE

„*intentional falsehoods spread as news stories or simulated documentary formats to advance political goals*“ (Bennett – Livingston 2018: 124).

Významově dochází ke krytí mezi slovem dezinformace a *fake news*, ale dále také s *hoaxy* nebo konspiracemi. Dezinformace nebo *fake news* představují informace založené na lži, jsou falešné, klamné a zavádějící. Ovšem rozdíl spočívá v tom, že termín *fake news* se označují pouze záměny informací a případy klamů. Kdežto u dezinformace dochází k systematickému narušování relevantních informačních toků. Obsah se může lidem, kteří jej konzumují, zdát velmi důvěryhodný. Avšak tvořen za tím účelem, aby lépe manipuloval s veřejností. Původ mnoha dezinformací je většinou neznámý a nejasný (Bennett – Livingston 2018: 124; Nutil 2018: 18). Obsah dezinformací je kolikrát smíchan se zprávami z dokumentovaných událostí, aby se zvýšila důvěryhodnost.

K jejich šíření v posledních letech dochází prostřednictvím tradičních internetových médií, ale i sociálních sítí. Mnohdy jsou k tomu využíváni *boti* a *trollové*, kteří zapříčiní zesílení okrajových hlasů a zvýší počet „lajků“ (Humprecht – Esser – Aelst 2020: 2). *Boti* a *trollové* se stali vhodným nástrojem pro propagaci dezinformací. Šíří především ty dezinformace, jež jsou navrženy tak, aby destabilizovaly společnost. Snaží se různě překrucovat pravdu, obracejí vinu některých činů na určité aktéry, používají kompromitující informace, anebo kriticky hodnotí západní demokratickou společnost (Livingston 2018: 10). Dezinformace se vyskytují a šíří převážně na internetu. S příchodem digitalizace a masového využívání internetu došlo k situaci, že média již nepotřebují takové ekonomické zázemí k tomu, aby šířila svůj obsah. Prakticky kdokoliv si dnes může založit nějaký web z pohodlí svého domova, jeho prostřednictvím sdílet určitý mediální obsah a poté ho například distribuovat na sociálních sítích. Dříve, před dobou digitální, byl tento proces mnohem složitější a náročnější. Tento trend nepopíratelně nahrává dezinformačním webům, které díky němu získávají jednodušší a lepší přístup k potřebnému publiku. Tradiční média se

aktuálně potýkají s klesající důvěrou v ně. Tento jev se děje v západních demokraciích, kde se nedůvěra nevztahuje pouze na média, ale také na pokles důvěry občanů v instituce demokratické správy. Zde dochází k propojení, jehož využívají dezinformační weby. Prohlubují tuto nedůvěru mezi lidmi, negativně kritizují tradiční média a demokratické instituce (Freelon – Wells 2020: 146–147). Rozpad důvěry v demokratické instituce, tisk, vzdělávací instituce, společenské instituce a politiky občanů v Evropské unii, vede mimo jiné ke snižování volební účasti. Například důvěra v národní parlament a vládu klesla na přibližně 30 %, což je o dvanáct procent méně než při finanční krizi v roce 2008 (Bennett – Livingston 2018: 127).

Několik autorů tvrdí, že dezinformace jsou šířeny a přijímány pomocí určitých mechanismů. Ty spočívají buď v motivaci čtenářů zamyslet se nad článkem, nebo v prohlubování určité zaujatosti. Potvrzením jejich „světonázoru“ dojde k tomu, že čtenář uvěří daným informacím. Někteří lidé zastávají názor, že jediným a přesným vnímáním reality je jejich vlastní pohled, jde o tzv. „naivní realismus“. Takoví lidé často bývají velice zaujatí. Propaganda se skrze dezinformace snaží tento typ lidí co nejvíce ovlivnit. Nejčastějším úkolem dezinformací je tedy oslovovat určitou skupinu lidí a poté jí manipulovat dle svých zájmů. V této souvislosti existuje důsledek, a to dopad dezinformací na fungování demokracie představující potenciální riziko pro stát. Například v roce 2016 se jejich vliv nejvíce projevil v demokratických zemích. Příkladem byly americké prezidentské volby nebo referendum o Brexitu (Humprecht – Esser – Aelst 2020: 3–4).

Existují dva typy dezinformací. Jeden z nich míří a útočí na sociální soudržnost mezi lidmi. Druhý typ je taktičtější a zaměřený na podkopávání pravdy. První typ, zaměřený na sociální soudržnost, si klade za cíl destabilizovat společnost a vytvořit sociální nedůvěru mezi občany. Sociální soudržnost zahrnuje veřejné přesvědčení občanů, že jsou součástí jedné společné morální komunity, což podporuje vzájemnou důvěru. Tento typ dezinformací se tuto sociální

pospolitost snaží poškodit tím nejhorším možným způsobem a vytvářet mezi občany určitý diskurz. Dezinformace jsou cílené proti různým sociálním skupinám, které označují za skryté hrozby a potencionálního nepřítele ohrožujícího společnost. Dochází k velkému nadsazování některých problémů, jenž nemusí být nutně založeno na reálném diskurzu. Druhý taktičtější typ se orientuje na autoritářské strategické cíle. Vytváří takové prostředí, v němž má pravdu pouze jedinec. Zárukou pravdy ve společnosti je určitý autoritář, a názor jiných, nebo nějaká fakta, se označí jako *fake news* (Livingston 2018: 10–11).

3.1. Dezinformační weby

Dezinformační média, nebo také alternativní média, se snaží přibližovat *mainstreamovým* zpravodajským webům. Obsah, který je publikován na webu dezinformačního média, se většinou zabývá aktuálním děním v zahraničí. Často se v něm (například v půlce textu) vyskytují zdroje, odkud byla informace získána, avšak s touto informací nepracují rozumně. Dochází k různému překrucování a vytržení z kontextu. Nemluvě o tom, že na zbytek dezinformací v případném článku, již odkaz uveden není (Syrovátka 2017 : 5). Články, jež publikují, jsou často mířené na emoce čtenáře, čímž dochází k určitému zkreslování podávaných informací. Alternativní média tak chtějí vyvolat pocity strachu, nenávisti, rozhořčení. Dezinformační weby k manipulaci veřejnosti využívají svalování viny, nepodložená tvrzení, selektivní výběr informací, lži, polopravdy, nálepkování a fabulace. Články s takovým obsahem, které publikují alternativní media, lze na základě výše uvedených kritérií považovat za dezinformační média (Gregor – Vejvodová nedatováno: 3–4). Dále v této práci budou analyzována média jako jsou Sputnik News, Aeronet a Parlamentní listy. Tyto weby se označují jako dezinformační a každý z nich je něčím specifický. Nyní budou lehce nastíněny některé dostupné informace o každém ze tří webů.

Aeronet, celým názvem American European News, na svém webu vystupuje jako nezávislý zpravodajský portál podávající informace z alternativních zdrojů. Obsah předkládá bez cenzury, politické korektnosti a servilních postojů. Vyjadřuje se k problémům jak z domova, tak i ze zahraničí. Veškeré články jsou údajně psané slovenskými a českými krajany, jenž žijí v USA, Rusku a Holandsku (AE News: nedatováno). Aeronet spadá pod takzvané konspirační weby. Aeronet publikuje oproti ostatním výše jmenovaným menší množství článků, přesněji okolo 5 až 10 článků týdně. Mezi čtenáře spadá spíše skupina lidí náchylnější k uvěření konspiračních teorií. Obsah tvoří senzační odhalení a valné počty komentářů. Takový obsah se na webu objevuje dokonce čteněji než množství novinových článků. K senzaci využívá množství videí a obrázků. Text

je složen z faktů, neověřitelných dohadů a konspiračních teorií. Text bývá emocionálně zbarven, občas je i vulgární a agresivní (Syrovátka 2017: 4).

Sputnik na svém serveru uvádí, že se jedná o informační agenturu produkující internetové portály a stránky na sociálních sítích, zpravodajství, mobilní aplikace, rádia a multimediální tisková centra. Hlavní kancelář se nachází v Moskvě. Další regionální kanceláře jsou ve Washingtonu, Pekingu, Paříži, Berlíně, Káhiře, Londýně a Edinburghu. Hovoří o sobě jako o agentuře, která vytváří zpravodajství o světové politice a ekonomice a je zaměřena na světovou veřejnost. Dále na svém webu tvrdí, že publikují články ve více než 30 jazycích, nebo např. to, že se pyšní různými cenami z oblasti fotožurnalistiky (Sputnik Česká republika: nedatováno). Sputnik spadá do skupiny alternativních médií. Snaží se přiblížit mainstreamovým zpravodajským webům, a proto se zabývá převážně zahraničním děním. Pro vyvolání vyšší důvěryhodnosti se v článcích objevují zdroje na oficiální informace. Autoři se vyjadřují umírněným jazykem a obsah, jenž vytváří, je zaměřený na jednostranný pohled na určité událost. Někdy se Sputnik zabývá i tématy, která by pro mainstreamová média mohla být příliš kontroverzní (Syrovátka 2017: 5). Jako zajímavost lze uvést, že pod veškerými články je podepsán takzvaný vedoucí kolotoče a jména pravých publicistů nepřiznávají.

Parlamentní listy se na svých stránkách prezentují jako zpravodajství, jež se řídí svým vlastním žurnalistickým etickým kodexem. Například odmítají pasivně nebo aktivně dezinformovat společnost pomocí podávání nepravdivých či částečně pravdivých informací. Odmítají jakoukoliv příslušnost k politikům či politickým stranám. Tvrdí, že veškeré informace jsou pravdivé se vzorně uvedenými zdroji. Pokud však dojde k omylu a například někoho tímto omylem poškodí, tak obsah bude smazán nebo upraven a ověřen (Redakce: 2018). Podtyp, do jakého se řadí Parlamentní listy, se nazývá *bridge média*. Jde o termín označující zpravodajské weby, které jsou již úspěšné v mainstreamovém prostoru. Tato *bridge média* mohou napomáhat k přemostění čtenáře do

prostředí konspiračních webů. Nadpisy článků jsou psané velmi emotivně, avšak často se jedná pouze o poutače pro čtenáře, a text se ubírá trochu jiným směrem. Tyto weby vytváří prostor pro vyjádření velkého množství názorů, což umožňuje legitimizaci extrémnějších názorů. Struktura redakce je transparentní a autoři článků jsou přiznáni. Parlamentní listy se staly mainstreamovými médii, jelikož se jim vede mít přibližně 800 000 čtenářů měsíčně (Surovátka 2017: 6).

4 METODOLOGIE A KRITÉRIA PROPAGANDY

V této bakalářské práci byla pro analýzu zvolena kvalitativní obsahová metoda. Jedná se o nejvíce vhodný typ pro výzkum propagandy a dezinformací na internetu, protože dokáže nejlépe stanovit části v obsahu, které spolu navzájem souvisí. V případě tohoto využití analýzy to budou prvky propagandy. Na rozdíl od kvantitativní metody dosahuje kvalitativní analýza svého členění bez zvláštního zohlednění frekvence sdíleného obsahu. Dále se v ní pracuje s výběrem kategorií vytvářejících význam daného textu s ohledem na zkoumání příslušných předpokladů a hypotéz. Tato metodologie se zaměřuje na základní záměry článků nebo jejich předpokládané účinky na publikum. Jsou hledány články, které mají určitý výzkumný potenciál k danému výzkumu. Poté se analýza aplikuje na množství různých článků vybraných serverů. V jejich obsahu zkoumá podobnost sdíleného obsahu na celém serveru, a nakonec se tato podobnost vyhodnocuje. Pro vědce má kvantitativní analýza získat smysluplné, replikovatelné a konzistentní výsledky (Bardach-Yalov 2012: 26–27). Výše uvedená média budou analyzována každé zvlášť, pod jim náležitým nadpisem. V práci jsou explicitně zmíněny pouze články, které slouží jako exemplární příklady sdíleného obsahu v daném médiu.

Kritéria, kterými se v práci hodnotí charakter článků, vychází z teoretické části. Zde je uveden pouze extrakt propagandistických manipulativních technik. Podrobnější popis těchto kritérií byl tedy rozepsán již výše. Jako první stanovené kritérium se v této práci uvádí vyvolávání odporu a očeňování nějaké věci nebo osoby (Barták 2002: 85–86). K vyvolání odporu dezinformační média využívají nálepkování, což v této práci není považováno za samostatné kritérium, ale je to zařazeno do prvního kritéria. Druhé kritérium představuje překrucování faktů a fabulace k vyvolání nesouhlasu nebo souhlasu (Barták 2002: 85–86). Třetím kritériem propagandistických manipulativních technik je prohlubování nedůvěry v demokratické instituce (Freelon – Wells 2020: 146–147). Dále se takové techniky vyznačují apelem na emoce jako je strach, hněv, nespravedlnost nebo

také nenávist (Shabo 2008: 81). Páté kritérium představuje prohlubování nedůvěry mezi lidmi, vytváření určitého diskurzu ve společnosti (Livingston 2018: 10–11). Časté opakování nějakého osočování nebo popírání tvoří šesté kritérium (Barták 2002: 85). Sedmým kritériem je obracení a svalování viny na určité aktéry či instituce (Livingston 2018: 10). Nahánění stáda lze uvést jako poslední, sedmé kritérium (Barták 2002: 86).

5 ANALÝZA

5.1. Aeronet

To, zda má server Aeronet propagandistický obsah, bude demonstrováno na vybraných člancích z celkového počtu 53 analyzovaných článků. Rozsah článků se pohyboval přibližně mezi 8000 až 13000 znaky. Aeronet exponuje největším rozsahem obsahu článků, ale na rozdíl od ostatních serverů publikuje s mnohem menší intenzitou.

V analyzovaných člancích se dosti objevovalo to, že se autor zprvu zabýval nejčastěji nějakou kritickou tematikou, a ke konci článku se téma změnil. Po této změně se potom jednalo o svalování viny, fabulování, očerňování EU, NATO či vrcholových představitelů světové politiky atd. Například článek z 1. března, který se zabývá sjezdem ČSSD, je psán velice vulgárně až agresivně, jako ostatně všechny články na Aeronetu. Již v dlouhém nadpisu, jenž je vždy psán dvakrát, je ČSSD popisována jako strana, která upřednostňuje zájmy EU a která nechce mít nic společného s českým národem a vlastenectvím. Navíc to umocňuje tvrzení, že na „českou vlajku a hymnu kalí pes“, jelikož zahrála hymna EU. Dále v článku Jana Hamáčka nazývají Hans Hamaczek, tedy jako někoho, kdo má za úkol ČSSD z politické scény odstranit kvůli údajnému celkovému rozbití národa. Tím splňují jedno z kritérií, a to je označení/nálepkování ČSSD jako strany nehájící zájmy České republiky (Barták 2002: 85–86). Dále v textu dochází k potvrzení dalšího kritéria propagandy, v tomto případě fabulování a překrucování faktů (Barták 2002: 85–86). Hamáček má údajně snahu o to, aby se ČSSD přejmenovala na SD. To prý z důvodu, aby se strana i v názvu etablovala na evropskou stranu, která nebude mít s Českou republikou nic společného, a to ani název Česká strana sociálně demokratická (VK 2019).

Dále se článek odvrací od tématu nastíněného v nadpisu a dochází k dalším rozsáhlým fabulacím. Vrcholoví představitelé EU jsou Aeronetem nálepkování

jako sionisté, čímž splňují opět kritéria propagandy (Barták 2002: 85–86). Vrcholoví představitelé EU se dle článku řídí Kalergiho doktrínou, která si klade za cíl nejen vymýtit národní a tradiční strany. Jejimi dalšími cíli jsou například míšení ras a genů, multikulti, inkluze a rozklad národních států. Stranám jako SPD prý bude povolena existence a funkčnost jen z důvodu, aby fungovala jako pomyslný tlakový ventil ve společnosti, ovšem s velkými stranami se nikdy nebudou moci srovnávat, jelikož to Merkelová nedovolí. Podle serveru, když Andrej Babiš uvažoval o spolupráci s SPD a ANO, tak mu Merkelová prostřednictvím telefonátu tyto snahy zadržela. Zde můžeme vyzorovat další prvek, a to prohlubování nedůvěry v demokratické instituce (Freelon – Wells 2020: 146–147). A. Babiš je údajně loutkou A. Merkelové a premiér tedy nemá možnost se v rámci demokracie svobodně rozhodovat. K hlavní gradaci článku dochází na jeho konci, kde se píše o cílené genocidě národa, trávení lidí zkaženým jídlem, vykořisťování obyvatel skrze zdravotní pojištění (VK 2019). Zde už dochází k apelu na emoce a k cílenému vyvolávání strachu mezi čtenáři (Shabo 2008: 81).

Ve svých článcích sdílí propagandistický obsah s cílem mířit na emoce. Konstantně šíří dezinformace informující o tom, že dosavadní evropští politici chtějí zničit jednotlivé členské národy EU. Například v článku, ve kterém se zmiňují o tom, že se dětem ve školách vnucují názory že je v nich rozvíjeno to, co EU vyžaduje. To má za následek vychování mladé generace založené na evropských hodnotách (multikulturalismus), což dále bude mít za následek rozklad národů. Také se v tomto článku objevuje další kritérium propagandy, a to vyvolávání nedůvěry v demokratické instituce. V článcích se totiž mnohdy píše, že chodit k volbám postrádá smysl, jelikož do Evropského parlamentu budou dosazeni pouze ti politici, kteří budou hlasovat tak, jak vedení EU chce (VK 2019a). Další příklad pro splnění kritéria nahánění strachu a vzteku neboli apel na emoce (Shabo 2008: 81) lze vidět v článku, v němž autor čtenáři tvrdí, že má utajené informace ohledně přijímání uprchlíků. Podle „utajených informací“, kterými disponuje pouze Aeronet, se bude po volbách do Evropského

parlamentu dovážet 440 tisíc uprchlíků. Celý proces má být řízen českou mafii, jež má migranty pronajímat českým podnikatelům za nízké mzdy. To je údajně důvodem, proč mají občané České republiky menší platové ohodnocení než lidé v západní Evropě (VK 2019b).

V mnoha člancích se lze dočíst o tom, jak na nás nahlíží západní evropská společnost. Články jsou psány tak, aby ovlivnily pohled čtenáře na západní společnost. Snaží se vyvolat odpor k západní společnosti. Tím splňují kritérium propagandy, neboť prohlubují nedůvěru mezi lidmi (Livingston 2018: 10–11). Jako příklad může být uveden článek pojednávající primárně o Brexitu, v němž je zastáván názor, že Brexit vznikl z důvodu, aby se Spojené království zbavilo východní pracovní síly tzv. Gastarbeiterů. V článku se přímo píše: „*Britům nevadí muslimové, Pákistánci, Šaría, uřezávání hlav, mešity a multikulti, ale vadí jim polský instalatér, český kuchař, slovenská zdravotní sestra nebo bulharský zedník*“. To, že Britům nevadí řezání hlav, nýbrž pracující lid z východu, se dá označit za kritiku západní demokratické společnosti. Opět se také uvádí, že EU ovládají sionisté, jakožto jediní strůjci všeho dění v EU. Ke konci článku je reformace EU přirovnávána k reformaci NSDAP nebo oddílů SS. Autor zastává názor, že to není možné, jelikož to lze jen u dvousměrných procesů a sionistická globalizace je proces jednosměrný. Takové tvrzení se opakuje ve velkém množství článků. Častým opakováním již zmíněných tvrzení jsou splněna i další kritéria propagandy (Barták 2002: 85). Snaží se tím destabilizovat společnost, aby nedůvěřovala EU. Děje se tak za pomoci opakovaného vyvracení, že EU je společenství suverénních států, ale naopak, že se jedná o diktát určité skupiny lidí (sionistů) (VK 2019c). Aeronet též místy přirovnává EU k třetí říši, jak již bylo zmíněno výše ohledně reformace. Volby do Evroského parlamentu očerňují v člancích také tím, že tvrdí, že jde o volby do Říšského sněmu. Opět je tedy splněno jedno z kritérií propagace - očerňování (Barták 2002: 85–86). Dále také dochází k nabádání voličů, aby nevolili reformu, ale národ, a tím jsou myšleni ti politici, kteří jsou pro vystoupení z EU a NATO (doporučovaným kandidátem byl zmiňován Hynek Blaška na

kandidátce SPD). V tomto kontextu se téměř pokaždé nachází zmínka o Viktoru Orbánovi, který hájí Evropu. Orbán je vykreslován v člancích publikovaných na Aeronetu za nejkladnější politickou postavu. S tím se dále pojí to, že pokud lidé chtějí změnu EU, musí v členských zemích dojít k hungarizaci politických národních procesů (VK 2019d).

Ve zkoumaných člancích bylo negativně nahlíženo i na multikulturní otázky. Multikulturalismus je zde prezentován jako jedna z největších hrozeb naší společnosti. To lze považovat za prohlubování nedůvěry mezi lidmi, tedy kritérium propagandy (Livingston 2018: 10–11). Veškeré politické rozhodnutí nebo vyjádření ohledně například solidárního pohledu na migraci je Aeronetem odsuzováno. Aeronet také silně kritizuje usnesení Evropského parlamentu ze 26. března 2019 pojednávající o základních právech lidí afrického původu v Evropě. V článku, který se tímto usnesením zabývá, bylo toto usnesení označeno za útok proti USA ze strany Bruselu, jelikož se v dějinách má vyučovat o kolonizaci Afriky. Tvrdí, že je to zjevně mířeno přímo proti Donaldu Trumpovi. Trump v několika dalších člancích vystupuje na rozdíl od zlého a spikleneckého Bruselu jako pozitivní politická postava. V článku se dále píše, že i poslanci hlasující za KSČM s usnesením souhlasili, jelikož za odměnu získají administrativní funkci v EU. Těmi, co se zdrželi hlasování nebo dokonce s tímto usnesením souhlasili, je tento čin označen za skandál a špínu, co se v Evropském parlamentu děje. Naopak Viktor Orbán je chválen za své konání v Maďarsku. Reformace EU představuje totiž utopii a nejdříve se musí změnit členské státy (VK 2019e).

Množství článků je namířené proti USA, autoři ho čtenářům skrze dezinformace vykreslují jako negativního mezinárodního aktéra. Dochází ke svalování viny, což lze uvést jako jedno z kritérií propagandy (Livingston 2018: 10). USA v člancích představuje jako strůjce všech válek a nepokojů. Také dochází k nepravdivému informování například o tom, že USA chce ovlivňovat globální oteplování tím, že vypouští *chemtrails* a vytváří film v atmosféře. Takto dochází k ochlazování planety. To si však vybírá daň například tím, že dochází k

otravování podzemní vody nebo vysychání půdy (jako příklad byla uvedena jižní Morava a vznikající polopouště) (VK 2019f).

5.2. Sputnik News

Na serveru Sputnik bylo ve sledovaném období od 1. března do 25. května analyzováno 154 článků. Obsah analyzovaných článků se pohyboval v rozmezí 1000 až 3000 znaků a oproti ostatním analyzovaným mediím byl v zásadě publikován kratší obsah.

Mezi stále opakovanými tématy se dosti objevovala kvalita potravin z Polska, kritika se soustředila převážně na dovoz masa. EU je v článcích vykreslována jako jeden z aktérů, který se podílí na tom, aby se zkažené potraviny dovážely do České republiky (Sputnik Česká republika 2019). To lze označit za svalování vinny (Livingston 2018: 10). K tomu dopomáhají různé citace politiků.

„Brusel nás vyzval, abychom ukončili nepřiměřené kontroly polského masa. Nevím, kde se v nich tato drzost bere. Pokud si chtějí vzít na triko ohrožení zdraví 10 milionů obyvatel České republiky, je to jejich nehorázná nezodpovědnost.“ (Sputnik Česká republika 2019a).

Také se dosti objevovala témata hovořící o členství v NATO. V užití citaci od Čarnoguurského je Slovensko označeno za rusofilskou zemi. Na druhou stranu se zde objevuje i termín rusofobie, jímž jsou označováni politici, kteří považují Rusko za bezpečnostní hrozbu. Dále dochází ke zpochybnění dodržování dohod ze strany NATO. Konkrétně v kontextu, že NATO nedodrželo dohodu mezi USA a Ruskem o rozšiřování směrem na východ k Ruským hranicím a také dohodu o používání raket krátkého a středního dostřelu. (Sputnik Česká republika 2019b; Krasnovský 2019). V článcích se také píše, že NATO se soustředí na zastrasování Ruska a vytváří rozbroje v Evropě (Sputnik Česká republika 2019c). NATO je v článcích často vykreslováno jako neustále zbrojící organizace. Takové články obsahují různé komentáře politiků s názory, které jsou jednostranné. V jednom z rozhovorů pro Sputnik tvrdí Ikonowicz ,polský politik a novinář, že: *„Je jasné, že úkolem NATO není pouze obrana. Nedávná agrese na Blízkém východě ukazuje, že je to agresivní aliance, a proto její*

existence nezvyšuje bezpečnost ve světě, ale spíše ji snižuje“ (Sputnik Česká republika 2019d).

V jiných článcích se píše, že Rusko nikdy nezaútočí na země pod ochranou NATO. Aliance si to podle Sergeje Lavrova dobře uvědomuje, ale tuto příležitost využívá k tomu, aby si rozšiřovala svůj dosah v blízkosti ruských hranic. Rusko v tomto zbrojení pouze reaguje a dělá patřičná opatření, aby nedošlo k jeho ohrožení (Sputnik Česká republika 2019e, Sputnik Česká republika 2019f). Sputnik čtenáře udržuje v zaujatosti vůči NATO. Články se mnohdy opakují a jsou zaměřeny téměř na identickou kritiku. Je zde kladen důraz na opakování podobných informací, které mají za úkol v čtenáři vyvolat pocit, že NATO zastává roli agresora. Opakováním splňují kritérium propagandy (Barták 2002: 85). Sputnik takové články sdílí téměř každý den. NATO je dále osočováno z toho, že nutí ukrajinské úřady k provokacím Ruska. Osočováno je také z nebezpečného manévrování a porušování hranic Ruska (Sputnik Česká republika 2019g). NATO Sputnik ukazuje jako jediného aktéra cílených provokací proti mírnému Rusku, které je nucené reagovat pouze určitým způsobem. Také se v několika článcích opakuje kritika ohledně vykupování zbraní od USA. V článcích dochází k nálepkování NATO za „klub odběratelů amerických zbraní“ (Sputnik Česká republika 2019h). Čímž je splněno kritérium propagandy (Barták 2002: 85–86).

Články jsou často skládány z různých komentářů, rozhovorů od politiků a rádoby odborníků, které mají spíše charakter kritiky západní demokracie. Například od senátora Jaroslava Doubravy následovně:

„Státy, které patřily před rokem 1990 do východního bloku, se pro Západ staly jenom děvkami, které je možné využít a zneužít jakkoliv, protože jejich demokratičtí noví politici jsou tak naivní, možná by se dalo říci prodejní, že to berou jako dar Boží. Dnes jsou tyto formy zneužívání již daleko rafinovanější i s pomocí legislativy EU. Menší a malé státy se čím dál více stávají koloniemi těch rádoby mocných, které ale podle mého názoru jen poskakují a plní zadání a

pokyny Američanů. Neuvědomí-li si to Evropa včas, je-li ještě nějaký, skončí.“ (Sputnik Česká republika 2019i)

V jiných člancích jsou čeští vrcholoví političtí představitelé osočováni z klanění se elitám v EU a v NATO. Díky tomuto „klanění“ zastávají vrcholové pozice politiky ti, kteří se vyslovují proti Rusku. Opět je v článku využita citace, která nese určitý názor od jistého ruského politologa Truchačeva (Sputnik Česká republika 2019j). Nebo také v rozhovoru s bývalým ministrem Kotziasem tvrdí, že *„ani Eurozóna, ani Euroskupina, která byla naším tyranem, ani instituční struktury, ani Europarlament, ani Eurokomise. A každý říká: nesouhlasím. Je třeba vytvořit evropský nástroj, který by fungoval demokraticky. Dnes se EU změnila do velké míry v byrokratický nástroj.*“ (Sputnik Česká republika 2019k).

Politici zastávající názor, že je potřeba EU modernizovat a reformovat, mají na serveru velký prostor se vyjadřovat skrze rozhovory. Ty nemusí být rezolutně pro server Sputnik, ale často dochází k přejímání rozhovorů od Parlamentních listů, idnes, nebo novinky.cz. Množství těchto jednosměrných názorů čtenáře utvrzuje nejen v nedůvěru EU a NATO, nýbrž také v suverenitu České republiky. Dochází k splnění dvou kritérií propagandy, a to je prohlubování nedůvěry a opakování (Barták 2002: 85; Freelon – Wells 2020: 146–147).

Další splněné kritérium propagandy, které se na Sputniku objevuje, představuje tzv. nahánění stáda (Barták 2002: 86). Například v článku, v němž jsou sdílené komentáře lidí, kteří se vyjadřují k fotografii sdílené na sociální síti *facebook*. Snímek zachycuje pár tmavé pleti s dítětem s popiskem *„zvolte si svou budoucnost“*. Příspěvek měl za účel propagovat Evropské volby. Sputnik zmiňuje, že většina uživatelů se vyjádřila negativně a několik příspěvků cituje. Například, *„Původně jsem nechtěl jít volit. Ale půjdu. Jsem fakt nasranej,*“ motivoval obrázek českého občana (Sputnik Česká republika 2019l).

„Kolik rodilých Evropanů nemá blond vlasy, plavé vlasy, světle hnědé vlasy? Kolik rodilých Evropanů má modré, zelené nebo oříškové oči? Kolik rodilých

Afričanů má světlou pleť a modré oči? Proč chcete jít opět a zase proti přírodě? Ta to takto nějak zařídila z pádných důvodů!“ (Sputnik Česká republika 2019l).

V dalších článcích bylo zmiňováno, že „nejsme sami“, „většina Čechů si myslí“. V konkrétní příklad uvádím článek, jenž už v nadpise kritérium nahánění stáda splňuje „*Chýlí se EU k rozpadu? Většina Slováků a Čechů to považuje za pravděpodobné, a nejsou jediní tohoto názoru*“ (Sputnik Česká republika 2019m).

Další kritérium propagandy Sputnik splňuje v článku obsahující rozhovor s tehdejším poslancem z Evropského parlamentu za KSČM Jiřím Maštálkem. Nachází se v něm Maštálkovo vyjádření k případným opatřením proti propagandě z Ruska. Tvrdí, že žádná propaganda z Ruska není. EU by si prý měla uklidit před svým vlastním prahem. K tomu verbálně utočí na rádia Svobodná Evropa, Euronews a Deutsche Welle, která údajně šíří lži. Dále zastává názor, že politici vyjadřující se o Rusku jako o hrozbě se snaží oblnout své občany a skrýt tak vlastní problémy (Sputnik Česká republika 2019n). Zde dochází k obracení viny určitých činů na některé aktéry (Livingston 2018: 10).

USA byla v několika článcích vyobrazována jako potencionální nepřítel. Články zaměřené na USA se ve čtenáři snaží vyvolávat pocity odporu a nedůvěry. V tom splňují kritérium vyvolávání odporu (Barták 2002: 85–86). Situace v článcích jsou vykreslované jen z jednoho úhlu pohledu, k čemuž jim dopomáhají různé citace. Příkladem může být článek, jenž pojednává o zločinech proti lidskosti v Afghánistánu. Zde se objevují citace podobného typu jako je následující od jistého obchodníka jménem Karim Safa:

„Chovají se zde jako teroristické skupiny. I tálibové se chovají lépe“ nebo *„Myslím si, že tento útok byl úmyslný. Před jeho provedením zkoumají krajinu a potom bombardují. Oni zaútočili na nemocnici Lékaři bez hranic a prohlásili, že jejich cílem byli tálibové: jako kdyby v Kunduzu byli tálibové pouze v této*

nemocnici, jako kdyby neexistovalo jiné místo, kde je možné zaútočit na táliby.“
(Sputnik Česká republika 2019o).

V květnu byl znatelný rozdíl sdílení článků s negativním obsahem proti EU a NATO. Oproti předešlým dvou měsícům se četnost těchto článků snížila na minimum. Avšak články, které se vyskytly s tématikou ohledně EU a NATO, poskytly prostor opět nejčastěji osobnostem zastávajícím antagonistický postoj. Mnohé články, které pojednávaly o EU, obsahovaly upozornění, že se blíží volby do Evropského parlamentu.

5.3. Parlamentní listy

Na serveru Parlamentní listy bylo analyzováno 85 článků ze sledovaného období od 1. března do 25. května 2019. Obsah článků byl většinou v rozmezí 3000 až 6000 znaků. V člancích od Parlamentních listů se opět, stejně jako v předešlých dvou médiích, často objevovala kritika NATO, EU a USA.

Určitým specifickým znakem Parlamentních listů bylo to, že mnoho nadpisů bylo psáno velice emotivně. Například článek z 1. března 2019 už má šokovat a vtáhnout čtenáře jen přečtením titulku.

„Po roce 1989 si z nás Západ udělal děvku. Křivák a ochlasta Havel, zrada národa a binec. A nakonec senátor Doubrava promluvil o Topolánkovi a americké řiti“.

Jedná se o rozhovor s kontroverzním politikem Jaroslavem Doubravou, na který odkazoval také server Sputnik. Doubrava se v něm ostře vyjadřuje k politice USA. Tvrdí, že Babiš byl v USA kvůli instrukcím, co může a nemůže dělat.

„Donald řekne Andrejovi: hele, jestli chceš, aby USA byly dobřej kámoš, tak se chovej jako Poláci. Ti nám lezou do pozadí od rána do večera, dnes a denně. Stačí jenom, když dostavbu Temelína udělají Američané, koupíte od nás také vrtulníky a další vojenské harampádí.“ (Hora 2019).

Tímto dochází ke zpochybňování české suverenity a k případnému vyvolání odporu vůči USA, které určuje, co občané ČR smí a nesmí. (Barták 2002: 85–86; Freelon – Wells 2020: 146–147).

V dalších člancích dochází k nálepkování. Jako příklad lze uvést článek, jenž je založen na kritice osobnosti Petra Pavla. Kriticky hodnotí především jeho názory a postoje ohledně NATO. V článku ho autor označuje za „řit'olezce“ a jeho názory za „pitomosti“ (Bařa 2019). Petr Pavel je v mnoha člancích velmi často osočován a očerňován z důvodu, aby byl ve čtenáři podporován odpor k této

osobě. Takovým počínáním Parlamentní listy splňují další z kritérií, vyvolávání odporu (Barták 2002: 85–86).

O NATO se v článcích lze opakovaně dočíst (stejně tak i v ostatních médiích) jako o iniciátorovi konfliktů, záměrného zbrojení a provokování Ruska. Jistý Jiří Vyvadil napsal, že: „kdyby NATO nemělo Rusko, muselo by si ho vymyslet“ (Pv 2019). Nejčastěji je NATO kritizováno v tématech ohledně rozšiřování se směrem na východ, zbrojení a nucení členských států, aby zvyšovaly své příspěvky této Alianci. Parlamentní listy dosti informují o tom, že tato politika NATO si vynutila odpor mezi velkým množstvím obyvatelstva, které pořádá různé protesty za mír (Fiala 2019). Protesty se jistě dějí, avšak podle popisu Parlamentních listů je možné takové sdělování čtenářům považovat za splnění jednoho z kritérií propagandy, a to nahánění stáda (Barták 2002: 86). Ve článcích totiž dochází k vyobrazování situace tak, že je v čtenáři vyvoláván pocit, že většina uvědomělých lidí protestuje a silně nesouhlasí s politikou NATO.

V dubnu se objevilo pár článků vyjadřujících k usnesení Evropského parlamentu ohledně práv lidí afrického původu. Parlamentní listy skrze Matina Kollera srovnávají směrnice EU s nacismem a fašismem. *„Opět se potvrzuje, že euromarxisté z Bruselu a z Berlína ohrožují evropskou civilizaci víc, než kdysi nacisti a fašisti“* „*To znamená, že hlasovali pro afroislámskou invazi, protože naprostá většina migrantů jsou Afričané a muslimové, většinou obojí.*“ (Koller 2019).

Dochází k potvrzení několika kritérií propagandy, konkrétně k nálepkování, za což by se mohlo považovat nálepka „euromarxisté“. Dále očeňování v té podobě, že jsou považováni za ohrožení pro evropskou civilizaci větší než nacisté a fašisté (Barták 2002: 85–86). V poslední řadě se v tomto exemplárním příkladě vyskytuje apel na emoce a vyvolávání strachu (Shabo 2008: 81). V tomto článku se hovoří o určité afroislámské invazi v tom kontextu, že jejími důsledky bude cílené vyhlazení Slovanů.

V několika člancích se opakoval obsah ohledně dvojí kvality potravin (proč má Německo kvalitnější potraviny od stejných dodavatelů), nekvalitních potravin z Polska atd. Dle tvrzení Parlamentních listů a osobností, jež měly prostor se k tomu vyjádřit, je hlavním viníkem EU. Například jeden z těchto typů článků zmiňuje výrok Tomia Okamury (SPD). „*Za současné nekvalitní potraviny, které zde konzumujeme, můžeme tak poděkovat Bruselu*“ (Nab 2019a). Jde o schvalování viny, kritérium propagandy (Livingston 2018: 10).

V několika člancích dochází k nabádání čtenářů k volbě SPD v evropských volbách, protože jsou jedinou alternativou k jiným politickým stranám. Ostatní strany podle Parlamentních listů nejsou schopny a ani nechtějí zastavit diktát neomarxistických globalistů. Pod touto nálepkou se nacházejí vrcholoví politici v EU, převážně potom Juncer, Merkelová a Macron (Parlametní listy.cz 2019). V dalších člancích lze najít několik hanlivých označení EU jako například „Čtvrtá říše“ a Česká republika zde vystupuje jako protektorát před 80 lety (Nab 2019). Takovým nálepkováním splňují kritérium propagandy (Barták 2002: 85–86). V květnu vyšlo mnoho článků pojednávajících o migraci, a to zejména o postavení politických stran k této problematice. Většina stran je očerňována tím, že jsou zodpovědné za údajný rozklad Evropy, jenž navíc umocňuje masová migrace. Na druhé straně stojí SPD jakožto proevropská strana, jelikož se snaží zachránit Evropskou unii.

„Je možno strany podporující migraci nazvat proevropskými? Asi sotva, když plánují rozklad Evropy prostřednictvím masové migrace lidí, kteří velmi často nemají předpoklady pro uplatnění. Ne, právě hnutí Svoboda a přímá demokracie - Tomio Okamura (SPD) je proevropské, snaží se totiž Evropu zachránit před Evropskou unií a zejména před Evropskou komisí a snaživými vítači ze všech stran v současném složení Evropském parlamentu. Již tento víkend však mají voliči v celé Evropské unii včetně naší země šanci zvolit jiné europoslance“ (Pv 2019a).

6 ZÁVĚR

Práce byla zaměřena na ověření hypotézy, že Aeronet, Sputnik a Parlamentní listy ve svých článcích publikují propagandistický obsah. V teoretické části práce dochází k vysvětlování použitých pojmů a definování propagandy pomocí odborné literatury. Tato část je zpracována velmi důkladně, neboť z ní vychází argumentace pro analytickou část práce. V praktické části práce pak dochází k analyzování tří médií: Aeronet, Sputnik, Parlamentní listy. Analýza byla prováděna pro období tří měsíců, března, dubna a května 2019 (do 24. května), přičemž se 24. a 25. května 2019 konaly volby do Evropského parlamentu. V analytické části se z tohoto důvodu zabývám především tematikou, která je zaměřena na EU, ale také na NATO a některé další zahraniční vztahy (převážně s Ruskem a s USA). Cílem této práce bylo ověřit hypotézu, že výše jmenované weby ve svých článcích obsahují propagandu, a případně zjistit, jakého ovlivnění smyšlení (návoru, postoje) chce propaganda pravděpodobně dosáhnout. K dosažení mnou stanoveného cíle práce mi byly oporou výzkumné otázky. Tyto otázky zněly: Jsou v článcích pozorovatelné propagandistické prvky? Jaký mají charakter?

První analyzovaným médiem byl server Aeronet. Tento server nepatří mezi neaktivnější, svou menší aktivitu však dohání rozsahem, neboť tento server zpravidla zveřejňuje dlouhé texty plné fabulace a demagogie. Ze všech analyzovaných médií byla kritéria propagandy nejlépe pozorovatelná právě u Aeronetu. Text v článcích byl psán velice vulgárně a snažil se ve čtenářích vyvolat emoce jako je strach, vztek, nenávisť. Také se často objevovalo nálepkování a svalování viny. V sekci komentářů se od údajných čtenářů objevovaly silně antisemitské, rasistické a omezené názory lidí. Nejvěrnějšími čtenáři tohoto média jsou dle mého názoru lidé, kteří inklinují k extrémní pravici a kteří se zde utvrzují ve svém omezeném světonázoru. Propagandistické články byly psány tak, aby dehonestovaly EU a NATO. Například časté opakování tvrzení, že EU je pod vedením sionistických židů, kteří ovládají téměř veškeré

dění v EU a kteří chtějí zničit členské státy, které neoplývají žádnou suverenitou (VK 2019c). Za pomoci různých konspirací nutí čtenáře zabývat se dezinformacemi, které jsou mu podávány. Pokud si čtenář tyto informace neověří v relevantních zdrojích, může této cílené propagandě podlehnout a články považovat za pravdivé. Dle mého názoru chce Aeronet tímto oslabit evropské hodnoty a evropskou jednotu. Ve svých člancích se dále snaží o zpochybňování našeho členství v NATO. Mimo to jsou čtenáři nabádáni také k tomu, aby ve volbách do Evropského parlamentu volili ty kandidáty, kteří bojují o vystoupení z NATO (VK 2019d). Tento krok by mohl mít za důsledek narušení transatlantických vztahů, což by bezpečnost Evropy bezprostředně ohrozilo. Propaganda na Aeronetu je také mířena na vykreslování USA jako negativního mezinárodního aktéra. Například konspirace ohledně *chemtrails* (VK 2019f). Účelem této manipulace je oslabovat vliv USA v České republice.

Druhé analyzované médium Sputnik je v podávání dezinformací mnohem sofistikovanější než Aeronet. Sputnik zpravidla sdílí extrémně velké množství krátkých článků. Pouze za březen jím bylo publikováno 78 článků, které zmiňovaly EU a NATO, a které jsem také zahrnul do své analýzy. Články ve velké většině nabízely pouze jeden omezený pohled na danou problematiku. I několikrát za den byly sdíleny články kritizující EU a NATO, čímž byl mezi čtenáři cíleně vyvoláván pocit, že jsou tyto instituce velmi problémové. Kritika Ruska se na webu vyskytuje na rozdíl od kritiky EU a NATO jen velmi zřídka. Články jsou psané tak důvěryhodně, že čtenáři neovládající základy kritického myšlení a mediální gramotnosti mohou být tímto obsahem závažně a dlouhodobě manipulováni. Dopady této manipulace jsou často přítomny ještě dlouho po dočtení manipulativního článku, tedy například i dlouho poté, co už bylo dané médium státem cenzurováno. K těmto článkům se zpravidla dostane širší spektrum čtenářů než například k Aeronetu, neboť jsou tyto články psány velmi jednoduše, krátce a uvěřitelně. Jednoduchost sdílených informací a jejich rychlé sdílení mezi velké množství lidí patří k důležitým znakům propagandy. Cílit na co největší skupinu lidí a ze skupiny dělat masy. Na Sputniku muselo být

analyzováno nejvíce článků, jelikož manipulační techniky jsou v člancích mnohem méně zjevné, než ostatních analyzovaných médií. Ovšem mnou některé stanovené kritéria propagandy splňuje. Nejčastěji jimi byli časté opakování, nahánění stáda nebo také svalování viny. Ohledně EU se ve velkém množství například opakovala témata, která vykreslovala české politiky tak, že klaní elitám v EU, aby byli dosazeni do různých funkcí (Sputnik Česká republika 2019k). Dále je na tomto serveru dáván prostor názorům těch politiků, kteří zastávají názor, že je potřeba EU modernizovat, reformovat. Množství článků, které se v nepřehledném množství vyjadřují kriticky EU mají za cíl vytvořit čtenáři negativní smýšlení o členství v EU. NATO je čtenářům podáváno jako provokatér a agresor, který vytváří konflikt s Ruskem (Sputnik Česká republika 2019e; Krasnovský 2019). Rusko je ovšem kriticky zmiňováno v člancích minimálně a spíše je vykreslováno neutrálně. Dle mého názoru, tak opět dochází k ohrožení narušení transatlantických vztahů a tím pádem k narušení bezpečnosti. Jelikož čím více lidí ve společnosti bude zmanipulováno a bude si přát vystoupení z NATO, tím více je transatlantická soudržnost ohrožena. Články o USA jsou převážně kritické a negativní. Využívány jsou často rozhovory s někým, kdo má negativní vztah k NATU. Například v jednom rozhovoru je NATO přirovnáváno k teroristům (Sputnik Česká republika 2019o). Jedny z nejčastějších a největších nešvarů Sputniku jsou jednosměrný pohled na určité události a velmi časté opakování již zmíněného.

Třetím analyzovaným médiem byly Parlamentní listy. Parlamentní listy jsou mainstreamovým médiem (Surovátka 2017: 6). Zaměřují se mnohem více než ostatní zkoumané weby na domácí politiku. Stanovená kritéria propagandy, která se na webu v člancích nejčastěji objevovala, byla vyvolávání odporu, nahánění stáda a také svalování viny. Hledaná kritéria propagandy zde bylo obtížné odhalit. Nadpisy článků jsou často psány velice agresivně a emočně zabarveně. Parlamentní listy jsou vyjma nadpisů v obsahu článků mnohem mírnější než například Aeronet. To však v konečném důsledku může být mnohem větší ohrožení pro demokracii. Čtenář si totiž nemusí téměř všimnout, že je vystaven

určité propagandě. Parlamentní listy nejsou totiž založené primárně na lžích, konspiračních teoriích a fabulacích. Protože je mnoho lidí přesvědčeno o tom, že je propaganda vždy lživá, není pro většinovou populaci lehké odhalit skrytou propagandu v článku obsahujícím pravdivé informace. To ovšem velmi zavádějící, jelikož i propaganda samozřejmě může obsahovat pravdivé informace (Ftorek 2010: 48). Toto médium dává také velký prostor politikům se veřejně vyjadřovat a sdílet své názory na webu Parlamentních listů. Jako u zbylých dvou medií jsou mnou vybrané články k analýze povětšinou zaměřené na kritiku EU a NATO. Vrcholový představitelé EU jsou v některých člancích nálepkováni jako „euromarxisté“, ale také dochází v člancích k osočování, že jsou pro evropskou civilizaci ohrožením (Koller 2019). V některých člancích jsou Juncker, Merkelová a Macron nálepkováni jako neomarxističtí globalisté zodpovědní za diktát z Bruselu (Parlamentní listy.cz 2019). Články mají tendenci propagovat negativní smýšlení o EU. Články s touto tendencí obsahují ke konci textu připomenutí, že se blíží volby do Evropského parlamentu. V mnoha člancích publikovaných v květnu otevřeně nabádala čtenáře k tomu, aby volili ve volbách stranu, která nemá za cíl rozklad Evropy, ale stranu jako je SPD, která je proevropská (Pv 2019a). NATO je v člancích jednoznačně vystaveno neobjektivní kritice a je také v tomto médiu často démonizováno. Čtenáři jsou vystaveni propagandě, která chce vyvolat v publiku silné pochybnosti o setrvání v NATO, čímž je opět ohrožena bezpečnost. USA je v některých člancích prezentována jako mezinárodní hráč, kterému se musíme podvolovat, protože má v područí různé státy, mezi nimi i Českou republiku. Základní charakteristikou této propagandy je vyvolání oporu vůči USA a následnému oslabení jejího vlivu v České republice.

Tato bakalářská práce na základě důkladné kvalitativní analýzy potvrdila hypotézu, že všechna zkoumaná média obsahují znaky propagandy. Charakter propagandy se v každém médiu nějakými prvky lišil. Propaganda cílí na smýšlení lidí a snaží se jej pozměňovat nebo utvrzovat v nějakém „světonázoru“. U všech analyzovaných médií byla patrná snaha vytvářet ve společnosti

negativní smýšlení o EU a o NATO. Dalším společným faktorem u všech zkoumaných médií bylo vyobrazování USA jako negativního mezinárodního aktéra a prezentace Ruska jako spíše neutrálního, mnohdy až kladného mezinárodního aktéra. Propaganda se s blížícími volbami do Evropského parlamentu žádným výrazným způsobem nezměnila. Jediná výjimka byla pozorována u serveru Sputnik, který dokonce v měsíci květnu, kdy se volby do Evropského parlamentu konaly, snížil intenzitu vydávání článků týkajících se EU. Propaganda cílená na vytváření negativního čtenářského pohledu na EU a NATO je v těchto médiích celoročně přibližně stejná. Tato nezvýšená aktivita je nejspíše dána tím, že pro společnost v České republice volby do Evropského parlamentu nejsou tolik atraktivní jako například prezidentské volby. Každopádně určitý vliv na volby tato propaganda jednoznačně má. Jedním z jejích dopadů může být například apatie vůči EU a s ní úzce spojená nízká účast českých voličů u voleb do Evropského parlamentu.

7 SEZNAM LITERATURY

AE News (nedatováno). (<https://aeronet.cz/news/>, 13.04. 2020).

Bardach-Yalov, Elina (2012). Analyzing Russian propaganda: Application of Siegfried Kracauer's qualitative content analysis method. *Journal of Information Warfare* 11 (2), s. 24–36.

Barták, Jan (2002). Průvodce minovým polem propagandy. In: Žantovský, Petr, *Média jako překážka v komunikaci?* (Praha: Votobia), s. 83–108.

Bennett, Lance W. – Livingston, Steven (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication* 32 (2), s. 122–139.

Bernays, Edward L. (1955). The Theory and Practice of Public Relations: A Résumé. Bernays, Edward L., *The Engineering of Consent* (Oklahoma: Division of the University), s. 3–25.

Bezpečnostní informační služba (2017). *Výroční zpráva Bezpečnostní informační služby za rok 2016* (<https://www.bis.cz/public/site/bis.cz/content/vyrocní-zpravy/2016-vz-cz.pdf>, 10. 04. 2020), s. 1–32.

Cantril, Hadley (1938). Propaganda. *The English Journal* 27 (3), 217–221.

Ellul, Jacques (1965). *Propaganda* (New York: Vintage books a division of random house).

Freelon, Deen – Wells, Chris (2020). Disinformation as Political Communication. *Political Communication* 37 (2), s. 145–156.

Ftorek, Josef (2010). *Public relations a politika, kdo a jak řídí naše osudy s naším souhlasem* (Praha: Grada).

Gregor, Miloš – Vejvodová, Petra (nedatováno). Analýza manipulativních technik na vybraných českých serverech. *Fakulta sociálních studií Masarykova univerzita*

(https://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2016/06/Vyzkumna_zprava_Analyza_manipulativnich.pdf, 16. 04. 2020), s. 1–9.

Humprecht, Edda – Esser, Frank – Aelst, Peter V. (2020). Resilience to Online Disinformation: A Framework for Cross-National Comparative Research. *The International Journal of Press/Politics* 00 (0), s. 1–24.

Jowett, Garth – O'Donnell, Victoria (2012). *Propaganda and persuasion. Fifth Edition* (Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage).

Lasswell, Harold D. (1927). The Theory of Political Propaganda. *The American Political Science Review* 21 (3), s. 627–631.

Livingston, Steven (2018). Foreword. *Journal of International Affairs* 71 (1,5), s. 9–14.

Mull, Christian – Wallin Matthew (2013). Propaganda: A Tool of Strategic Influence. *American Security Project*.

Naveed, Fakhar (2016). Propaganda. Theory. *Mass Communication Talk*. 17. 9. 2016 (<https://www.masscommunicationtalk.com/harold-lasswells-propaganda-theory.html>, 20. 3. 2020).

Nutil, Petr (2018). *Média, lži a příliš rychlý mozek* (Praha: Grada Publishing).

Postman, Neil (1979). Propaganda. A Review of General Semantics 36 (2), s. 128–133.

Redakce (2018). Etický kodex redakce ParlamentníListy.cz. *Parlamentní listy. Cz* 01. 01. 2018 (<https://www.parlamentnilisty.cz/vop/Eticky-kodex-redakce-ParlamentniListy-cz-534460>, 16. 04. 2020).

Řehka, Karel (2017). *Informační válka* (Praha: Academia).

Sample, Char – Justice, Connie – Darraj, Emily (2019). A Model for Evaluating Fake News. *The Cyber Defense Review*, 171–192.

Shabo, Magedah E. (2008). *Techniques of propaganda and persuasion* (USA: Prestwick house).

Sputnik Česká republika (nedatováno). *O projektu* (<https://cz.sputniknews.com/docs/about/index.html>, 15. 04. 2020).

Syrovátka, Jonáš (2017). Informační válka na internetu Potírání prokremelských dezinformací ve střední a východní Evropě. *Centre for international relations*. 06. 2017 (http://www.pssi.cz/download/docs/420_information-warfare-in-the-internet-cz.pdf?fbclid=IwAR2vP2jGsk1pGrciNCLQp2r1onIDbXDX7r48YkN3Q9pgENvUu_Z6FYqdOKs, 15. 4. 2020) s. 2–11.

Syrovátka, Jonáš (2017). Informační válka na internetu. *Centre for international relations*. 6. 2017 (http://www.pssi.cz/download/docs/420_information-warfare-in-the-internet-cz.pdf?fbclid=IwAR2vP2jGsk1pGrciNCLQp2r1onIDbXDX7r48YkN3Q9pgENvUu_Z6FYqdOKs, 26.3.2020), s. 3

Tawak, Oluwadeaduramilade (2016). *Psychology of Political Persuasion and Propaganda*. s. 1–19.

Verner, Pavel (2011). *Propaganda a manipulace* (Praha: Univerzita Jana Amose Komenského).

Wood, Allen (2016). Propaganda and Democracy. *Theoria: An International Journal for Theory, History and Foundations of Science* 31 (3), s. 381–394.

Analyzovaná data

Baťa, Jiří (2019). Jiří Baťa: Tak to dopadá, když se ze socialistického vojáka stane alianční řiťolezec. *Parlamentní listy.cz*. 03. 03. 2019 (<https://www.parlamentnilisty.cz/arena/nazory-a-petice/Jiri-Bata-Tak-to-dopada-kdyz-se-ze-socialistickeho-vojaka-stane-aliancni-ritolezec-572544>, 20. 04. 2020).

Fiala, Václav (2019). Vojska USA u nás? Zpevňování mostů, zájem o letiště, říká Kohlíček z KSČM. Brojil proti Američanům v Německu. *Parlamentní listy.cz*. 22. 04. 2019 (<https://www.parlamentnilisty.cz/zpravy/kauzy/Vojska-USA-u-nas-Zpevnovani-mostu-zajem-o-letiste-rika-Kohlcek-z-KSCM-Brojil-proti-Americanum-v-Nemecku-578639>, 17. 03. 2020).

Hora, David (2019). Po roce 1989 si z nás Západ udělal děvku. Křivák a ochlasta Havel, zrada národa a binec. A nakonec senátor Doubrava promluvil o Topolánkovi a americké řiti. *Parlamentní listy.cz*. 01. 03. 2019 (<https://www.parlamentnilisty.cz/arena/rozhovory/Po-roce-1989-si-z-nas-Zapad-udelal-devku-Krivak-a-ochlasta-Havel-zrada-naroda-a-binec-A-nakonec-senator-Doubrava-promluvil-o-Topolankovi-a-americke-riti-572317>, 20. 04. 2020).

Koller, Martin (2019). Přehlídka hanby v Evropském parlamentu. Martin Koller píše o vyhlazení Slovanů a podpoře sexuálních úchylností. *Parlamentní listy.cz*. 18. 04. 2019 (<https://www.parlamentnilisty.cz/arena/monitor/Prehlicka-hanby-v-Evropskem-parlamentu-Martin-Koller-pise-o-vyhlazeni-Slovanu-a-podpore-sexualnich-uchylnosti-578364>, 17. 04. 2020).

Krasnovský, Branislav (2019). Setkání B9 v Bratislavě jako summit východoevropské rusofobie. *Sputnik Česká republika*. 01. 03. 2019 (<https://cz.sputniknews.com/nazory/201903019351252-setkani-B9-Bratislava-summit-vychodoevropska-rusofobie/>, 17. 04. 2020).

Nab (2019). Tohle vám ČT neukáže, varovala Lenka Procházková. A ukázala množství podobností mezi protektorátem před 80 lety a dneškem. *Parlamentní listy. cz.* 17. 03. 2019 (<https://www.parlamentnilisty.cz/arena/monitor/Tohle-vam-CT-neukaze-varovala-Lenka-Prochazkova-A-ukazala-mnozstvi-podobnosti-mezi-protektoratem-pred-80-lety-a-dneskem-574225>, 17. 03. 2020).

Nab (2019a). Kdo si to maso bude moci dovolit? Budeme jíst polské? Okamura varuje, co má přijít vinou EU. *Parlamentní listy. cz.* 13. 04. 2019 (<https://www.parlamentnilisty.cz/arena/monitor/Kdo-si-to-maso-bude-moci-dovolit-Budeme-jist-polske-Okamura-varuje-co-ma-prijit-vinou-EU-577621>, 17. 03. 2020).

Parlamentní listy. cz (2019). *Sluníčkáři se už začínají bát* (<https://www.parlamentnilisty.cz/profily/Tomio-Okamura-13074/clanek/Slunickari-se-uz-zacinaji-bat-93098>, 20. 04. 2020).

Pv (2019). Jiří Vyvadil: Kdyby NATO nemělo Rusko, muselo by si ho vymyslet. *Parlamentní listy. cz.* 06.04.2019 (<https://www.parlamentnilisty.cz/arena/nazory-a-petice/Jiri-Vyvadil-Kdyby-NATO-nemelo-Rusko-muselo-by-si-ho-vymyslet-576811>, 17.03. 2020).

Pv (2019a). Ivan David: Drtivá většina českých europoslanců hlasovala pro přijímání všech migrantů. *Parlamentní listy. cz.* 21. 05. 2019 (<https://www.parlamentnilisty.cz/arena/nazory-a-petice/Ivan-David-Drtiva-vetsina-ceskych-europoslancu-hlasovala-pro-prijimani-vsech-migrantu-582275>, 17. 04. 2020).

Sputnik Česká republika (2019). *EU už řídí, jak má Česko zacházet s polským masem. Veterináři se vzepřeli* (<https://cz.sputniknews.com/ceskarepublika/201903019342349-eu-ridi-cesko-polsko-maso-veterinari/>, 18. 04. 2020).

Sputnik Česká republika (2019a). *Poslankyně o kontrolách polského masa: Nevím, kde Brusel bere svoji drzost* (<https://cz.sputniknews.com/ceskarepublika/201903039363931-kscm-poslankyne-polske-maso-brusel-drzost/> , 18. 04. 2020).

Sputnik Česká republika (2019c). *Německý časopis obviňuje Polsko z rozkolu Evropy* (<https://cz.sputniknews.com/nazory/201903049373040-nemecko-casopis-polsko-evropa/>, 18. 04. 2020).

Sputnik Česká republika (2019d). *Polský politik shrnul výsledky za 20 let v NATO: Češi jsou pacifisté a Polsko rádo bojuje* (<https://cz.sputniknews.com/svet/201903079397648-polsky-politik-shrnul-vysledky-za-20-let-v-nato-cesi-jsou-pacifiste-a-polsko-rado-bojuje/>, 18. 04. 2020).

Sputnik Česká republika (2019e). *Pentagon požádal nové síly na zadržování Ruska v Evropě* (<https://cz.sputniknews.com/svet/201903059381971-usa-rusko-eu-velitelstvi-namornictvi-zadrzovani/>, 17. 04. 2020).

Sputnik Česká republika (2019f). *To je síla! Metnar prozradil hlavní nebezpečí pro NATO* (<https://cz.sputniknews.com/ceskarepublika/201903089402876-to-je-sila-metnar-prozradil-hlavni-nebezpeci-pro-nato/>, 17. 04. 2020).

Sputnik Česká republika (2019g). *NATO rozšíří podporu pro Gruzii a Ukrajinu v Černém moři* (<https://cz.sputniknews.com/svet/201904049569947-nato-rozsiri-podporu-pro-gruzii-a-ukrajinu-v-cernem-mori/>, 18. 04. 2020).

Sputnik Česká republika (2019h). *Bašta: NATO se stalo klubem příjemců zbraní z USA* (<https://cz.sputniknews.com/ceskarepublika/201904049566200-basta-nato-se-stalo-klubem-prijemcu-zbrani-z-usa/>, 18. 04. 2020).

Sputnik Česká republika (2019i). *Doubrava nikoho nešetřil: Západ udělal z ČR děvku, Topolánek zblbl a Havel je křivák*

(<https://cz.sputniknews.com/ceskarepublika/201903019350582-Doubrava-Zapad-Cesko-devka-Topolanek-Havel-krivak/>, 17. 04. 2020).

Sputnik Česká republika (2019j). Expert: Zamítnutím vstupu ruskému občanovi chce Česko ukázat svou loajalitu EU a NATO (<https://cz.sputniknews.com/ceskarepublika/201903059380852-rusko-cesko-zamitnuti-vstup-diplomat-eu-nato/>, 17. 04. 2020).

Sputnik Česká republika (2019k). *Bývalý ministr zahraničí Řecka zdůraznil nutnost modernizace EU* (<https://cz.sputniknews.com/svet/201903179452395-byvaly-ministr-zahranici-recka-zduraznil-nutnost-modernizace-eu/>, 17. 04. 2020).

Sputnik Česká republika (2019l). *„Zvolte si svou budoucnost.“ EU propaguje volby do EP párem tmavé pleti a transgenderem* (<https://cz.sputniknews.com/ceskarepublika/201905179916092-zvolte-si-svou-budoucnost-eu-propaguje-volby-do-ep-parem-tmave-pleti-a-transgenderem/>, 18. 04. 2020).

Sputnik Česká republika (2019m). *Chýlí se EU k rozpadu? Většina Slováků a Čechů to považuje za pravděpodobné, a nejsou jediní tohoto názoru* (<https://cz.sputniknews.com/svet/201905169912343-vetsina-slovaku-a-cechu-povazuje-za-pravdepodobny-rozpad-eu/>, 18. 04. 2020).

Sputnik Česká republika (2019n). *Patří či nepatří Česko na Západ? Tvrzení Petra Fialy znepokojilo internet* (<https://cz.sputniknews.com/politika/201903149435762-mastalka-nebudu-bojovat-proti-ruske-propagande-protoze-neexistuje/>, 17. 04. 2020).

Sputnik Česká republika (2019o). *Zločiny bez trestu: USA tají své zločiny v Afghánistánu* (<https://cz.sputniknews.com/nazory/201904019549969-zlociny-bez-trestu-usa-taji-sve-zlociny-v-afghanistanu/>, 17. 04. 2020).

VK (2019). ČSSD zešílela: Začátek sjezdu byl zahájen hymnou Evropské unie Óda na radost a celý sál se postavil do pozornosti a čučel na pódium s vlajkou EU! Hans Hamaczek povede svoji stranu do eurovoleb jako lídr evropské strany, která nechce mít nic společného s českým národem a vlastenectvím, protože na českou vlajku a hymnu kálí pes! A nápad přejmenovat ČSSD na SD jako Sicherheitsdienst k tomu pasuje skvěle!. *AE News*. 01. 03. 2019 (<https://aeronet.cz/news/cssd-zešilela-zacatek-sjezdu-byl-zahajen-hymnou-evropske-unie-oda-na-radost-a-cely-sal-se-postavil-do-pozoru-a-cucel-na-podium-s-vlajkou-eu-hans-hamaczek-povede-svoji-stranu-do-eurovoleb-jako-lidr/>, 15. 04.2020).

VK (2019a). Juncker poslal vzkaz Okamurovi a Le Penové: “Ti, kdož prosazují bláhový nacionalismus, za to zaplatí! I kdyby vyhráli volby ve svých zemích, jejich kandidáty na posty eurokomisařů odmítnu!” Prezident Evropské komise zopakoval pro polský deník na plnou hubu to, před čím Aeronet varuje už několik týdnů! Změna v Evropě může přijít jen zevnitř národních států, ne z Bruselu! Maďarský model ukazuje cestu, ale ta je příliš radikální i pro české voliče! Juncker promluvil o “zákonu času”, za pár let nás nacionalisté již prý trápit nebudou!. *AE News*. 05. 05. 2019 (<https://aeronet.cz/news/juncker-poslal-vzkaz-okamurovi-a-le-penove-ti-kdoz-prosazuji-blahovy-nacionalismus-za-to-zaplati-i-kdyby-vyhrali-volby-ve-svych-zemich-jejich-kandidaty-na-posty-eurokomisar-u-odmitnu/>, 15. 04. 2020).

VK (2019b). Česká republika masivně dováží tisíce migrantů, jenže je nedeklaruje jako azylanty, nýbrž jako vízované cizince s povoleními k pobytu! Máme důkazy, originály smluv, čísla a objemy, na žádné kvóty se už nehraje, migrace probíhá v režimu utajení a vízového příkrytí! Češi dřou bídu za menší než třetinové mzdy v porovnání s Německem, za bydlení platí o pětinu více než v Německu a nadnárodní firmy v ČR už nechtějí zaměstnávat Čechy, chtějí Ukrajince, Afričany a Araby, kteří obsadí veškeré volné byty v ČR!. *AE News*. 23. 05. 2020 (<https://aeronet.cz/news/ceska-republika-masivne-dovazi-tisice->

migrantu-jenze-je-nedeklaruje-jako-azylanty-nybrz-jako-vizovane-cizince-s-povolenimi-k-pobytu-mame-dukazy-originaly-smluv-cisla-a-objemy/, 15. 04. 2020).

VK (2019c). Britové byli z Brexitu vyléčeni, teď už se jenom hledají cesty, jak nevystoupení z EU zdůvodnit a omluvit! Varování pro všechny alternativní voliče i partaje, že úkolem referenda bylo dát Britům naději a úkolem nekonečných dohadů o Brexitu bylo je otrávit, aby na vystupování z EU jednou provždy zapomněli! Nelze reformovat něco, co je nereformovatelné, co řídí židé a co je založeno na Kalergiho doktríně!. *AE News*. 29. 05. 2019 (<https://aeronet.cz/news/britove-byli-z-brexitu-vyleceni-ted-uz-se-jenom-hledaji-cesty-jak-nevystoupeni-z-eu-zduvodnit-a-omluvit-varovani-pro-vsechny-alternativni-volice-i-partaje-ze-ukolem-referenda/>), 15. 04. 2020).

VK (2019d). Skandál v Berlíně: Německé úřady nechtěně přiznaly, že 30% uprchlických migrantů přichází do Německa ne po zemi, ale přilétají v letadlech! Oficiální dotaz poslance AfD na německé úřady odhalil, že program na tichý import migrantů do Německa podléhá vysokému stupni státního utajení! Většina dat o migraci podléhá v Německu od roku 2017 utajení, na veřejnost se dostala pouze podivná informace o letadlech! Migranti z letadel vůbec neprocházejí letištními terminály, poslanec AfD zjistil další děsivé souvislosti!. *AE News*. 19. 05. 2019 (<https://aeronet.cz/news/skandal-v-berline-nemecke-urady-nechtene-priznaly-ze-30-uprchlickych-migrantu-prichazi-do-nemecka-ne-po-zemi-ale-priletaji-v-letadlech-oficialni-dotaz-poslance-afd-na-nemecke-urady/>), 15. 04. 2020).

VK (2019e). Euroafrika: Evropská unie drtivě přijala usnesení o základních právech osob afrického původu na území EU! Děti ve školách se mají učit africké dějiny černochů o transatlantických obchodech s otroky a v televizích má prý být více černochů! Evropské země mají zahájit reparace a kompenzace africkým zemím za jejich kolonizaci a podpořit začleňování afrických dětí do evropských škol! Pro skandální usnesení v dikci Kalergiho doktríny zvedli ruku i

europoslanci za KSČM!. *AE News*. 01. 04. 2019
(<https://aeronet.cz/news/euroafrika-evropska-unie-drtive-prijala-usneseni-o-zakladnich-pravech-osob-africkeho-puvodu-na-uzemi-eu-deti-ve-skolach-se-maji-ucit-africke-dejiny-cernochu-o-transatlantickych-obchodech-s-otroky/>, 15. 04. 2020).

VK (2019f). VIDEO: A pravda je venku! Ředitel CIA na konferenci Council on Foreign Relations přiznal existenci programu chemtrails na rozprašování chemických látek v atmosféře nad celou planetou v rámci globálního geoinženýrství a boje proti globálnímu oteplování! Už se vám nikdo smát nebude, chemtrails nejsou žádný hoax, nyní je to oficiální projekt globalistů! Jenom nad územím USA to stojí ročně prý 10 miliard dolarů! A šéf CIA mluvil i o tom, že některé země to postihne a budou protestovat!. *AE News*.
(<https://aeronet.cz/news/video-a-pravda-je-venku-reditel-cia-na-konferenci-council-on-foreign-relations-priznal-existenci-programu-chemtrails-na-rozprasovani-chemickych-latek-v-atmosfere-nad-celou-planetou/>, 15. 04. 2020).

8 RESUMÉ

The aim of this bachelor's thesis is to examine whether propaganda content appears in selected media. For this purpose was used qualitative content analysis. This method can be considered the most appropriate, as it can best determine those parts of the content that are interrelated. The content of the articles was analyzed on the basis of criteria and elements of propaganda, which are determined by academic literature. The conclusion of the thesis is that all the media contain propaganda, which can endanger democracy and lead to manipulation of people.