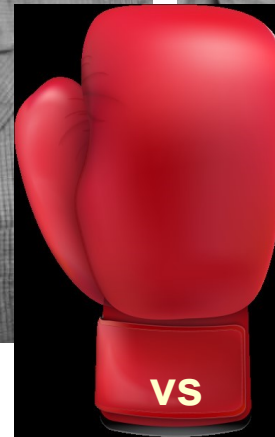


Josef Goebbels



Umberto Eco

Metodika XII.

Středověká propaganda

II. Učit se od mistrů

Aneb: Proč to vlastně funguje v každém období a každé společnosti





Úkoly 3.10.

1. Předčtěte si články od Umberta Eca (*„Für eine semiologische Guerilla, S. 166-177“*) a Leonarda W. Dooba (*„Goebbles Principles of Propaganda“*)

- Kdo jsou autoři, ve které době píšou?
- O čem se v článcích pojednává, jak spolu souvisí, v čem se liší?
- vypište a vyjmenujte nejdůležitější poznatky z článků

2. Přineste příklad něčeho (obrázek, text, krátký videozáznam) který je pro vás spojen s představou propagandy, představte ho v plénu (3-5 min)

- jste si poprvé uvědomili (na kterém příkladu), že existuje něco jako propaganda?



Úkoly 3.10.

1. Předčtete si články od Umberta Eca (*„Für eine semiologische Guerilla, S. 166-177“*) a Leonarda W. Dooba (*„Goebbels Principles of Propaganda“*)

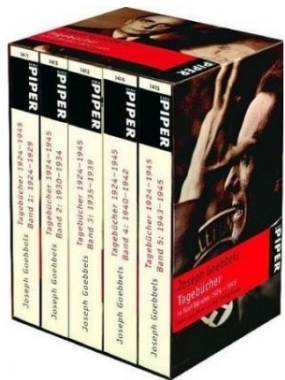
- Kdo jsou autoři, ve které době píšou?
- O čem se v článcích pojednává, jak spolu souvisí, v čem se liší?
- vypište a vyjmenujte nejdůležitější poznatky z článků

2. Přineste příklad něčeho (obrázek, text, krátký videozáznam) který je pro vás spojen s představou propagandy, představte ho v plénu (3-5 min)

- jste si poprvé uvědomili (na kterém příkladu), že existuje něco jako propaganda?



Josef Goebbels
1897 - 1945

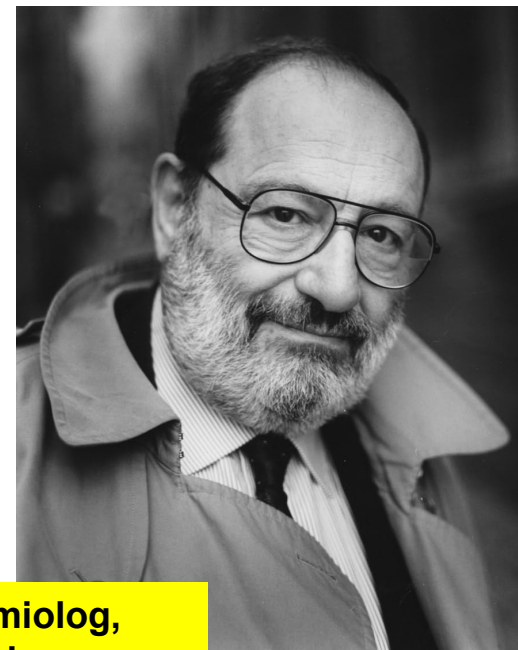


Goebbelsovy deníky
(kritická edice)

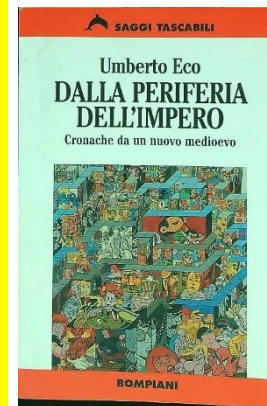


- Říšský ministr propagandy
- Zmocněnec pro vedení totální války velitel domobrany
- Jeden s nejbližších spolupracovníků Hitlera
- Stratég nesmírně účinné státní propagandy, která působila na širokou veřejnost
- Ponechal deník z let 1925 až 1945, který je hlavním pramenem pro jeho život, představy o ovlivňování mas

- Italský filozof, semiolog, estetik, spisovatel
- Od roku 1971 působil na Univerzitě v Bologne, od poloviny 80tých let i v Princetonu
- Známý pro své postmoderní romány, vědecké eseje (Jméno Růže, Faucaultovo kyvadlo, Baudolino, Tajný plamen královny Loany, Pražský hřbitov, číslo jedna)



Umberto Eco
1932 - 2016



Z periferie ipéria
(eseje), Bompiani 1967



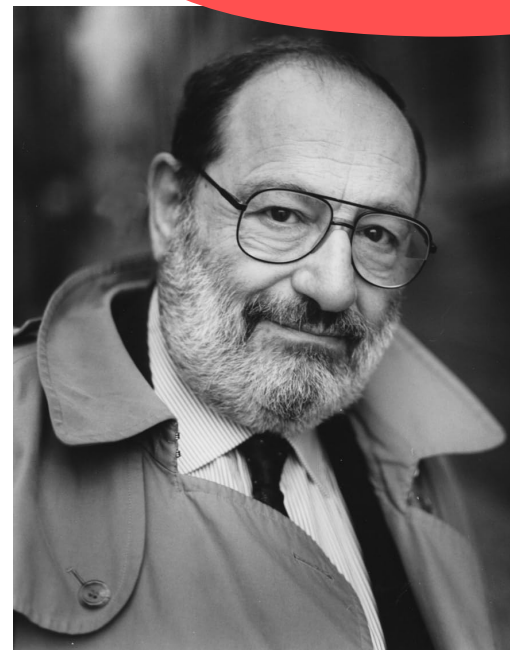
**„strategie“
moderní masové propagandy**



Josef Goebbels
1897 - 1945



**Propaganda =
kommunikační proces**



Umberto Eco
1932 - 2016





Umberto Eco
1932 - 2016

- Není to tak jednoduché; medium se rovná sdělení, ale též nemusí (kódy, kanály, media mají různé funkce!)
- kanibal s budíkem: Každý má svobodu, číst sdělení individuálně

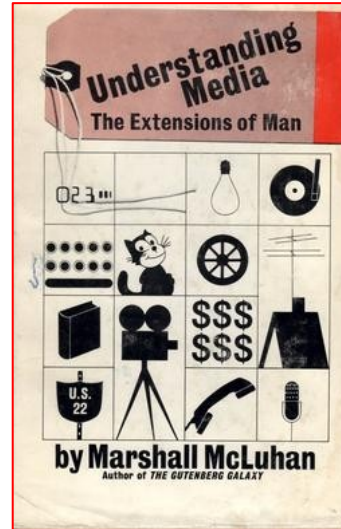
= Důležitější nežli kontrola medií, je kontrola komunikačního procesu

**Propaganda =
komunikační proces**

- „Dnes patří stát tomu, kdo ovládá komunikační prostředky“
- Z komunikace se stal průmysl



Marshall McLuhan
1911-1980

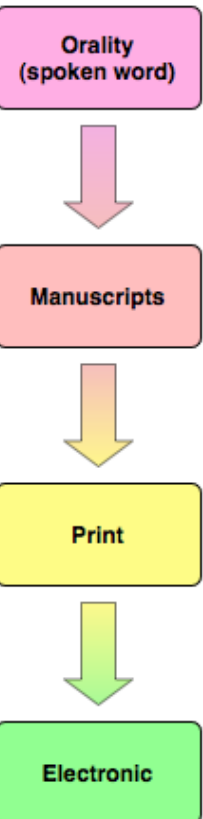
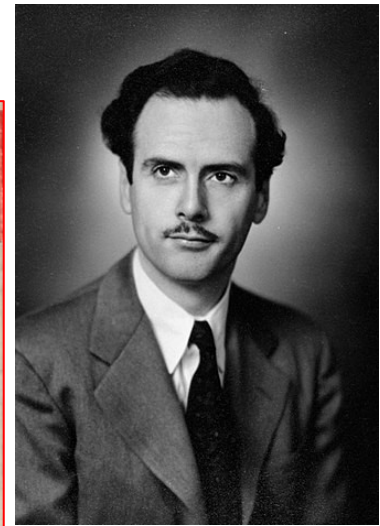


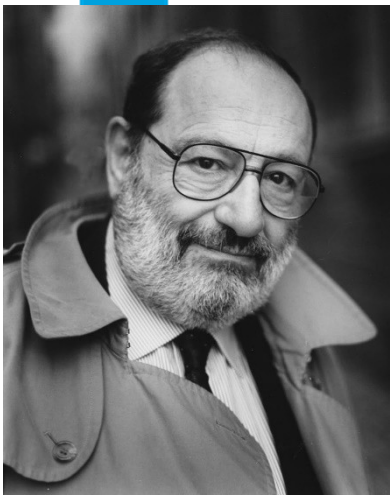
„The medium is the message“ (1964)

Medium = vše co má sociální následky (tedy i: kolo, elektřina atd.)

Každá nová forma médií sděluje informace jiným způsobem. To vyžaduje zapojení nových filtrů při sledování a poslechu těchto sdělení

= Pokrok je podpořen technologickým vývojem medií

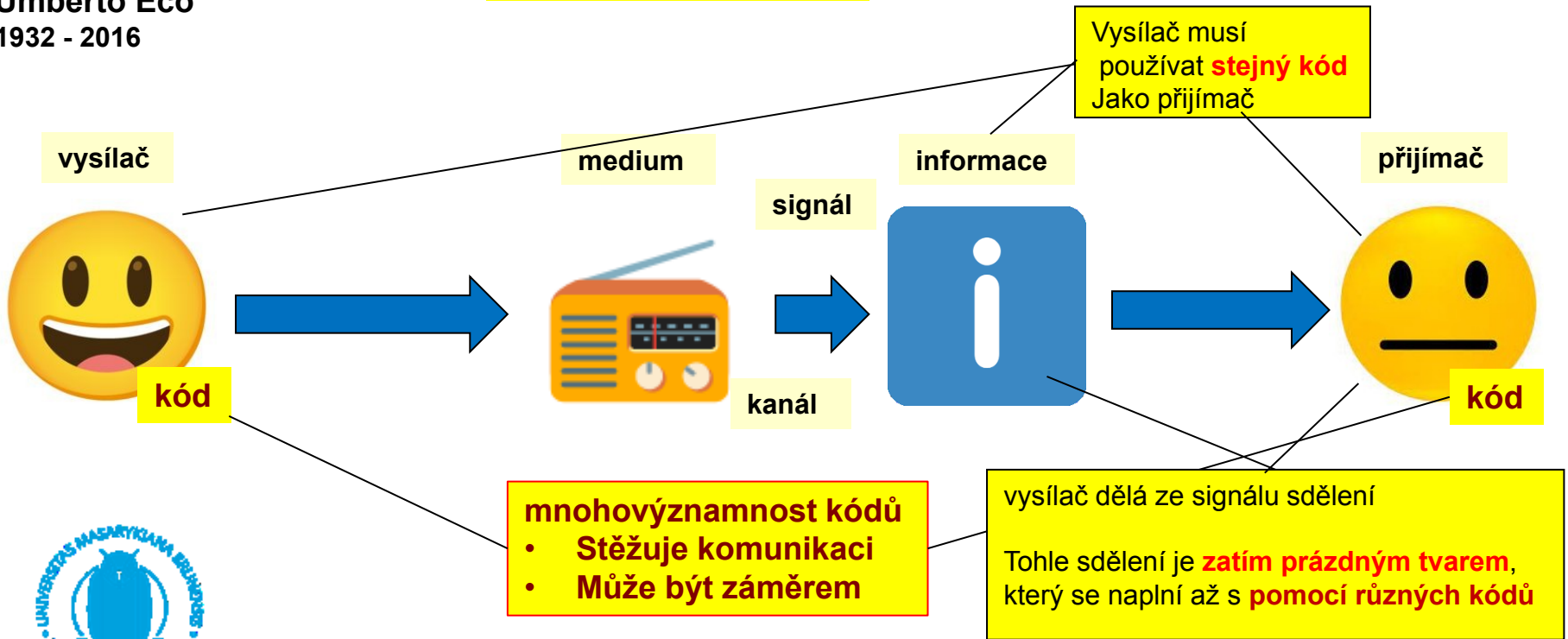




Umberto Eco
1932 - 2016

Propaganda =
komunikační proces

Komunikační řetězec:





Umberto Eco
1932 - 2016

Propaganda =
kommunikační proces

Masová komunikace:



vysílač

Technické
medium =
kanál

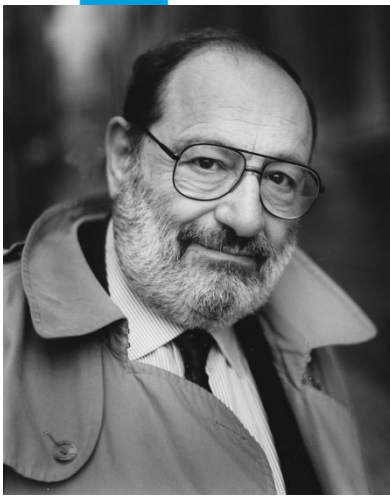


Zjednodušený kód

přijímač

Moderní společnost s
variancí názorů a přesvědčení
= **rozmanitost interpretace kódů**





Umberto Eco
1932 - 2016

Propaganda =
kommunikační proces

Masová komunikace:



vysílač

Technické
medium =
kanál



Zjednodušený kód

Medium se nerovná sdělení;
Sdělení je otázkou kódu!

přijímač

Moderní společnost s
variancí názorů a přesvědčení
= rozmanitost interpretace kódů



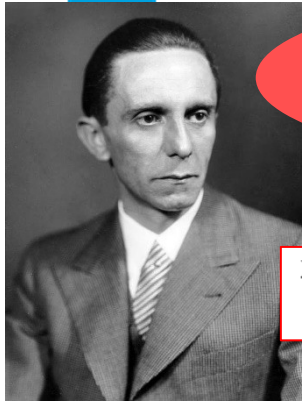
Hlavní problém rozmanitosti kódů: kdo je kontroluje?

- politici, pedagogi, vědci komunikace: Moc medií souvisí s kontrolou vysílače a kanálu

= Opravdová moc je v kontrole přijímače!

Boj o pozornost
veřejnosti





**„strategie“
moderní masové propagandy**

Role propagandy ve válce

**I. PROPAGANDISTS MUST HAVE ACCESS TO INTELLIGENCE
CONCERNING EVENTS AND PUBLIC OPINION**

- Ovládat přístup k zpravodajských službách
- Zdroje: válečné zpravodajství, průzkum veřejného mínění
- Vlastní intuice, čekat na odvetu

**Josef Goebbels
1897 - 1945**

**2. PROPAGANDA MUST BE PLANNED AND EXECUTED
BY ONLY ONE AUTHORITY**

- Nacistická teorie centralizace moci
- P. se musí podmanit politickým direktivám
- Její účely musí být **komunikovány všem podřízeným** (třeba i osobně)
- **Totální kontrola informačních zdrojů** (podle jasného pořadí velení = zde selhal!)

**3. THE PROPAGANDA CONSEQUENCES OF AN ACTION MUST BE
CONSIDERED IN PLANNING THAT ACTION**

- **Plánovat propagandistický zásah před událostí je jednodušší, nežli konstrukce zpětné propagandy k události**

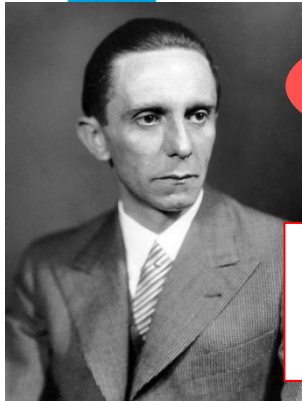
4. PROPAGANDA MUST AFFECT THE ENEMY'S POLICY AND ACTION

- **Propaganda = psychologická válka, politická válka (cíl: poškodit morálku nepřítele)**

1. **Znemožnit přístup nepřítele k informacím, které by mohl použít jako vlastní propagandu**
2. **Šířit zavádějící, propagandistické informace**
3. **Přivést nepřítele k odhalení důležitých (tajných) informací**
4. **Neodkazovat na žádnou aktivitu nepřítele, kdyby tento odkaz mohl mít negativní důsledky pro vlastní stranu**

**5. DECLASSIFIED, OPERATIONAL INFORMATION MUST BE AVAILABLE
TO IMPLEMENT A PROPAGANDA CAMPAIGN**

- **Propaganda se opírá o veřejně přístupný informační materiál (státní návštěvy, dětské skupinky atd.)**



iversity

'strategie' moderní masové propagandy

Josef Goebbels
1897 - 1945

6. TO BE PERCEIVED, PROPAGANDA MUST EVOKE THE INTEREST OF AN AUDIENCE AND MUST BE TRANSMITTED THROUGH AN ATTENTION-GETTING COMMUNICATIONS MEDIUM

- Ovládat důležité mediální zdroje: Kina, noviny, radio (balance mezi instruktivní a zábavnou částí)
- Zkřivené zprávy (fake news)
- Propojení denního zpravodajství s propagandou
- Využití fotek (mají větší dopad nežli psané slovo)
- Všechny média musí být použity zároveň (aby se dosáhlo cíle propagandy)

7. CREDIBILITY ALONE MUST DETERMINE WHETHER PROPAGANDA OUTPUT SHOULD BE TRUE OR FALSE

- Je důležité se opírat nejvíce o pravdu; lži jsou ale užitečným nástrojem, dokud příliš nepodkopávají faktografii
- Příliš moc pravdy může být škodlivé

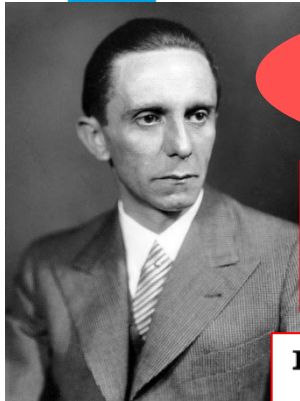
8. THE PURPOSE, CONTENT, AND EFFECTIVENESS OF ENEMY PROPAGANDA; THE STRENGTH AND EFFECTS OF AN EXPOSÉ; AND THE NATURE OF CURRENT PROPAGANDA CAMPAIGNS DETERMINE WHETHER ENEMY PROPAGANDA SHOULD BE IGNORED OR REFUTED

- Když cíl nepřátelské propagandy je naše reakce, je důležité mlčet
- Reakce se musí omezit na zjevné nepravdy
- Účinná propaganda nepřítele vyžaduje okamžitou reakci
- Mít připravený vlastní propagandistický arsenál

9. CREDIBILITY, INTELLIGENCE, AND THE POSSIBLE EFFECTS OF COMMUNICATING DETERMINE WHETHER PROPAGANDA MATERIALS SHOULD BE CENSORED

- Cenzura je sestrou propagandy; musí ale být použita s mírou
- Příliš rozsáhle zadržování informací nažene lidi do náručí nepřítele
- Informace se smí šířit v okamžiku, kdy bude jasné, co vyvolá za reakce (kontrola!)





**„strategie“
moderní masové propagandy**

IO. MATERIAL FROM ENEMY PROPAGANDA MAY BE UTILIZED IN OPERATIONS WHEN IT HELPS DIMINISH THAT ENEMY'S PRESTIGE OR LENDS SUPPORT TO THE PROPAGANDIST'S OWN OBJECTIVE

II. BLACK RATHER THAN WHITE PROPAGANDA MUST BE EMPLOYED WHEN THE LATTER IS LESS CREDIBLE OR PRODUCES UNDESIRABLE EFFECTS

**Josef Goebbels
1897 - 1945**

- **Nepřátelská propaganda se dá obrátit proti nepříteli**

- **Černá propaganda = propaganda z neověřených zdrojů (drby, pomluvy)**

12. PROPAGANDA MAY BE FACILITATED BY LEADERS WITH PRESTIGE

- **P. je o to věrohodnější, čím důležitější osobnost ji přednese**

13. PROPAGANDA MUST BE CAREFULLY TIMED

- **Psychologické následky propagandy musí být předem známé, tedy:**
 1. **Vlastní propaganda musí být účinnější nežli propaganda nepřítelů**
 2. **P. musí být nasazena v pravý okamžik, aby měla následky**
 3. **Téma propagandy musí být dostatečně často zopakované; ale ne tak aby začalo být nevěrohodné**

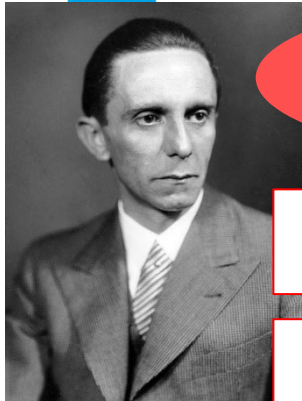
14. PROPAGANDA MUST LABEL EVENTS AND PEOPLE WITH DISTINCTIVE PHRASES OR SLOGANS

- **Propaganda es opírá o klišé a stereotypy**
- **Musí být jednoduše identifikovatelné**
- **Musí být zasazeny do jednoho a totéž kontextu**
- **Je důležité, vyhnout se nejednoznačné terminologii**

15. PROPAGANDA TO THE HOME FRONT MUST PREVENT THE RAISING OF FALSE HOPES WHICH CAN BE BLASTED BY FUTURE EVENTS

- **Negativní zprávy z fronty je třeba podávat po douškách a za použití umírňujících formulací**





Josef Goebbels
1897 - 1945

**„strategie“
moderní masové propagandy**

16. PROPAGANDA TO THE HOME FRONT MUST CREATE AN OPTIMUM ANXIETY LEVEL

- Propaganda musí zbudit strach z prohry války
- Propaganda pomáhá zmenšovat pocit strachu tam, kde lidé nemají jiné zdroje k ověřování informací

17. PROPAGANDA TO THE HOME FRONT MUST DIMINISH THE IMPACT OF FRUSTRATION

- P. má předejít pocitu frustrace
- Nevyhnutelné frustrace je nutné zasadit do širšího kontextu

18. PROPAGANDA MUST FACILITATE THE DISPLACEMENT OF AGGRESSION BY SPECIFYING THE TARGETS FOR HATRED

- P. kanalizuje lépe agresi, když její cíl je jasně vyznačen (vymezování nepřítelů)

19. PROPAGANDA CANNOT IMMEDIATELY AFFECT STRONG COUNTER-TENDENCIES; INSTEAD IT MUST OFFER SOME FORM OF ACTION OR DIVERSION, OR BOTH

- I sebe nejlepší propaganda narazí na tam, kde jde o základní lidské potřeby (hlad, pudy, víru, úkryt atd.)
- Volba smířlivých pojmů pro prudce negativní události je nesmírně důležitá



Facit: Co platí pouze dneska a co by se dalo aplikovat na raný novověk, středověk?



Úkoly 3.10.

1. Předčtěte si články od Umberta Eca (*„Für eine semiologische Guerilla, S. 166-177“*) a Leonarda W. Dooba (*„Goebbles Principles of Propaganda“*)

- Kdo jsou autoři, ve které době píšou?
- O čem se v článcích pojednává, jak spolu souvisí, v čem se liší?
- vypište a vyjmenujte nejdůležitější poznatky z článků

2. Přineste příklad něčeho (obrázek, text, krátký videozáznam) který je pro vás spojen s představou propagandy, představte ho v plénu (3-5 min)

- jste si poprvé uvědomili (na kterém příkladu), že existuje něco jako propaganda?



Úkoly 10.10.

1. Vytváření představ o propagandě, genese pojmu (články na vybrání: *Lippman, public opinion, Bernays; Manipulating public opinion; Guilday, Sacred Congregation; Laswell, Theory of political propaganda; Doob, Psychology/Propaganda; Postman, Propaganda; Paupie, Was versteht man unter ‚öffentlicher Meinung?‘*)

- Vyberte si článek (napište mi který); kdo je autor? O čem píše? Kdy píše?
- Představte nejdůležitější teze v plénu (5-10 min.)
- Představte aspekt, který vás nejvíce zaujal – s čím na opak nesouhlasíte
- Jak souvisí váš článek s všeobecnou tematikou ‚propagandy‘?
- Na kterou dobu se vztahuje?