

MUNI
ARTS

Padesát odstínů pravdy

Od vytváření historického image ke konstrukci moderní propagandy

úvod do propagandy

1. Technický úvod

2. Propaganda dnes
a dříve

3. Komunikační proces
a elementy propagandy

4. Předpoklady
a problémy
předmoderní
propagandy

5. Několik příkladů...



úvod do propagandy

1. Technický úvod

2. Propaganda dnes
a dříve

3. Komunikační proces
a elementy propagandy

4. Předpoklady
a problémy
předmoderní
propagandy

5. Několik příkladů...



Technický úvod

Struktura kurzu:

- 5.10. Úvod do tematiky - DK/KH
- 12.10. Císař Augustus - DK
- 19.10. Barbarská království - DK
- 26.10. Karlovci - DK
- 2.11. Věčný nepřítel Byzanc: Luitprand atd. - KH
- 9.11. Křížácká ideologie - KH
- 16.11. Boj o investuru - DK
- 23.11. Konec Štaufů - Friedrich II. alnnocenc IV. KH
- 30.11. Židé - DK/KH
- 7.12. Proti všem: Václav IV. a husitská propaganda - KH

Struktura jednotlivých bloků

- Chronologický kontext
- Dobová média
- Kritika dobových pramenů

Hodnocení kurzu

- **Písemný test** (7 otázek se třemi úrovněmi složitosti a ohodnocení; 1,5 hodiny, postup bude představen v předposledním zasedání, 30.11.)

Technický úvod

Klara Hübnerová (KH)

- Studium historie, italského jazyka a literatury
- Středověké dějiny umění v Bernu/CH
- Výzkumná asistentka na univerzitě ve Fribourgu/CH (specializace: alianční systém švýcarské konfederace v pozdním středověku)
- Odborná asistentka na Slezské univerzitě v Opavě
- Vědecká asistentka na Ústavu PVH (FF MU)
- Vedení projektů ExPro spolu s AV ČR: From Performativity to Institutionalization: Handling Conflict in the Late Middle Ages (Strategies, Agents, Communication)
- Hostující profesorka na univerzitě ve Vídni
- Rozsáhlá mezinárodní badatelská a přednášecí činnost

Výzkumné zájmy (aktuální):

- **Dějiny komunikace a diplomacie**
- **Středověká propaganda proti králům (Václav IV.)**
- **Dlouhodobé konflikty**
- **Fragilita knížecí vlády ve středověku**
- **Vícejazyčnost, sociální rozmanitost**



Technický úvod

David Kalhous (DK)

- Historie/pomocné vědy historické, FF MU Brno
- Historie, Univerzita Kostnice
- Výzkumný pracovník v Brně a Vídni
- Odborný asistent na Slezské univerzitě v Opavě
- Docent na Ústavu PVH (FF MU)
- Vedení několika projektů zaměřených na dějiny raného a vrcholného středověku v Brně a Vídni
- Rozsáhlá mezinárodní badatelská a přednášecí činnost



Výzkumné zájmy (aktuální):

- **Strategie identifikace, politika identit a limity pramenů**
- **Středověká hagiografie, historiografie (a společenské vzorce)**
- **Komunikace**
- **Spolupráce vědních disciplín**

úvod do propagandy

1. Technický úvod

2. Propaganda dnes
a dříve

3. Komunikační proces
a elementy propagandy

4. Předpoklady
a problémy
předmoderní
propagandy

5. Několik příkladů...



Propaganda dnes a dříve

I. Vznik termínu a nejstarší význam



**Cíl: Nenásilně přesvědčit protějšek
o správnosti katolické víry**

*Sacra Congregatio de Propaganda Fide,
Řím, 1622*

Vatikánské “ministerstvo”

- Založeno papežem Řehořem XV. bulou *Inscrutabili Divinae*
- Podpora šíření katolicismu (misie)
- Úprava katolických církevních záležitosti v nekatolických zemích

„Osoby, které přijaly katolické náboženství a přicházejí do Říma navštívit svatyně, stejně jako vyhnání biskupové a další duchovní, jsou zde přijímáni a živeni“

„Je zde také tiskárna, kde se tisknou breviáře, misály atd. a rozesílají se na všechna potřebná místa.“



Zedler

Johann Heinrich Zedlers
Grosses vollständiges Universal-Lexicon
aller Wissenschaften und Künste
1731 - 1754

Congregatio de Propaganda Fide, ward vom Gregorio XV. zu Fortpflanzung des Catholischen Glaubens errichtet, und versammelt sich wöchentlich elumahl in Gegenwart des Pabstes in einem besondern Palast, der von gedachtem Gregorio vor diese Congregation aufgeführt worden, und in welchen diejenigen Personen, so nach Annehmung der Catholischen Religion nach Rom kommen, die Heiligthümer zu besuchen, ingleichen vertriebene Bischöffe, und andre Geistliche aufgenommen,

Congregatio Congregatio 974

und versieget werden. Es ist auch eine Druckerey dafelbst befindlich, in welcher Breviaria, Missalia &c. gedruckt, und von dar aus an die Dertter, wo erndthig ist, hingeseudet werden.

**MUNI
ARTS**

Propaganda dnes a dříve

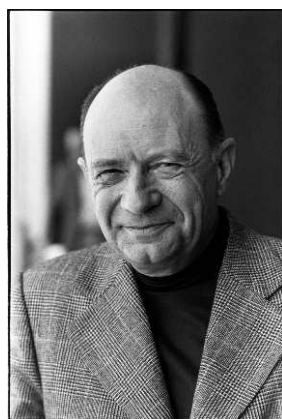
II. Proměna termínu ve 20. století



Harold D. Lasswell (1902–1978)
Yale University

„Propagandu provádějí **jednotlivci**. Jejich cílem **nebo jednání jiných jed** **za pomoci psychologick** **Většina z nich má jasné** **společensko-politické c**

Propaganda je **negativní!** Manipuluje lidi a může vést k **totalitarismu** (zkušenost druhé světové války)



Jacques Elull (1912–1994)
Sociolog, historik
Propagandes (1965)

"Cílem moderní propagandy již není měnit p **myšlenky, ale vyvolat jednání**. Doktrína sice **důležitá; důležitější je ale element iracionalit** **o to, změnit něčí názor, ale vyburcovat aktéra** **emocionálnímu jednání** a vést ho skrze emoce k **mytické víře v dobro vlastního jednání "**

Edward Bernays (1891–1995)
Publicista, „otec“ moderního PR
Vynalezl profesi „spin doktora“



"**The conscious and intelligent manipulation of the organized habits and opinions of the masses is an important element in a democratic society who manipulate this un society constitute an ir which is the true ruling country. We are govern molded, our tastes form suggested, largely by r heard of.**"

Propaganda je **pozitivní!** Očkovací kampaně (zde: očkování proti neštovicím, USA, ca. 1910) přinášejí zdravotní prospěch pro všechny a posilují tak demokratické struktury

Propaganda cílí na **iracionálno!** Svádí lidi k bezhlavému jednání (zkušenost 60. let)

Propaganda dnes a dříve

III. Pracovní definice:

Propaganda

- Slouží k ovlivňování nebo přesvědčování cílové skupiny

Prostředek

- Manipulace s využitím persuasivního jazyka a psychologických strategií prostřednictvím masových médií → emocionální reakce

Cíl

- Budování/podpora společenského konsensu



**Propaganda
není jenom
negativní, je
spřízněna s
PR!**

Moderní působiště propagandy

- Zpravodajství – Publicistika – Reklama – Vzdělávání

Zadavatelé propagandy

- Státní správa – Aktivismus – Korporace – Politické strany –
Církev

V rámci

- Válečných snah – Politických kampaní – Zdravotnických
kampaní – Revolučních převratů – Reklamních kampaní

úvod do propagandy

1. Technický úvod

2. Propaganda dnes
a dříve

3. Komunikační proces
a elementy propagandy

4. Předpoklady
a problémy
předmoderní
propagandy

5. Několik příkladů...



Padesát odstínů pravdy - úvod

— Komunikační schémata/sémiotika

- Sv. Augustin
- Ch. Sanders Peirce, U. Eco
- Fenomény (či podle Peirce fanera), tj. souhrny toho, co se člověku ve zkušenosti jakkoli dává, řadí do tří kategorií:
 - primární jsou ty, jež se dávají bezprostředně a beze vztahu k jiným, například smyslové nebo citové kvality;
 - sekundární jsou ty, jež lze uchopit jen ve vztahu k jiným, jako například síla, jež vystupuje jen v protikladu k odporu;
 - terciární fenomény vstupují do vztahu, zprostředkovaného třetím — například myšlenky nebo znaky, jejichž zprostředkování nelze vyložit jen dvojicí typu označující — označované.
- Tak ve vztahu znaku a jeho předmětu nutně vystupuje i interpretace, jež je do tohoto vztahu uvádí. Znak a jeho interpretace vydělují předmět ze souvislosti světa a umožňují tak jeho poznání. V této souvislosti zavádí Peirce známé rozlišení podle toho, zda znak a předmět spolu souvisí:
 - přirozeně (index — například oheň a kouř),
 - na základě analogie (ikon — například obraz),
 - anebo pouze konvencí (symbol — například slovo)
- Abdukce = tvořivá činnost, vytvářející hypotézy a pravidla, jež dedukce i indukce potřebují. Zde se uplatňuje lidský vhled do souvislostí světa.



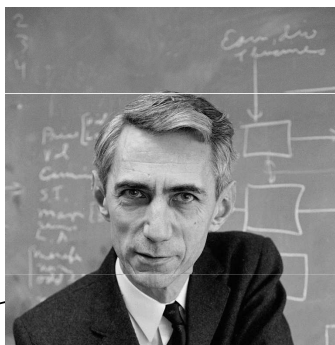
Umberto Eco
1932–2016

- Semiotik
- Esejista
- Medievista
- Spisovatel

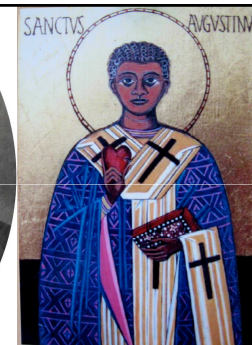
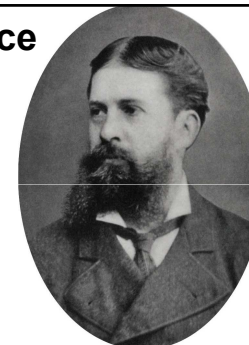
**Propaganda =
komunikační proces → semiotika**

**Základ:
Komunikační
řetězec:**

Claude Shannon

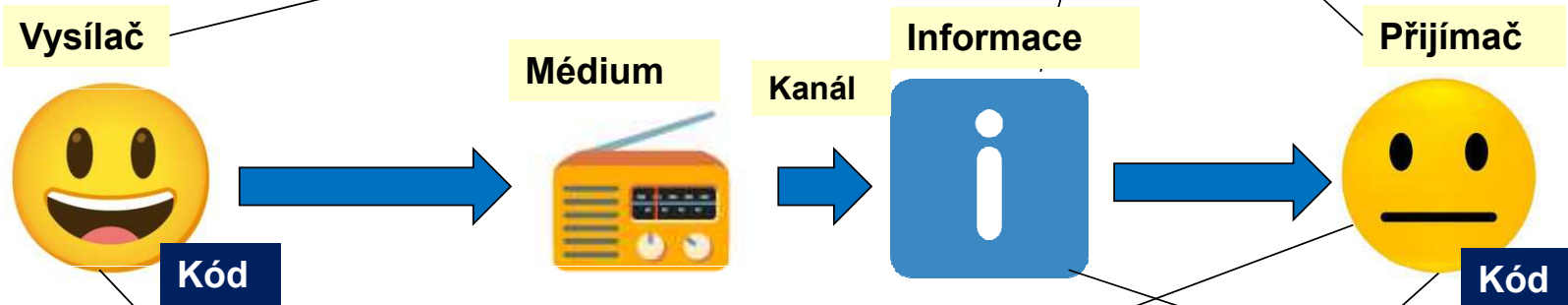


C. S. Peirce



Sv. Augustin

**Vysílač musí
používat stejný kód
jako přijímač**



Kód:
Interpretační rastr,
výsledek dohody mezi
vysílačem a přijímačem

**Mnovýznamnost
kódů**

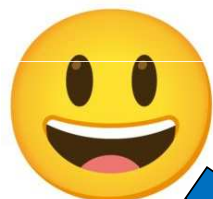
- Ztěžuje komunikaci
- Může být záměrem

Vysílač dělá ze signálu sdělení
Sdělení je zatím bez interpretačního rámce,
ten se vytvoří až s pomocí různých (kulturních) kódů



Umberto Eco
1932 – 2016

Masová komunikace:



Vysílač

Obecně srozumitelný kód

Technické medium = kanál

Televize
Internet
Rádio
Kino



Propaganda = komunikační proces

Moderní společnost s
variancí názorů a přesvědčení
= každý interpretuje kód podle
vlastních potřeb

Přijímač



Rozmanitosti kódů: Kdo vám řekne, co je správné?
= Kontrola kódů je moc

- Politici, pedagogi, vědci komunikace: Moc medií se kontroluje skrze vysílače a kanály

Opravdová moc je v kontrole příjemce!

Boj o pozornost veřejnosti
(viz: sociální sítě)

Sem míří propaganda!

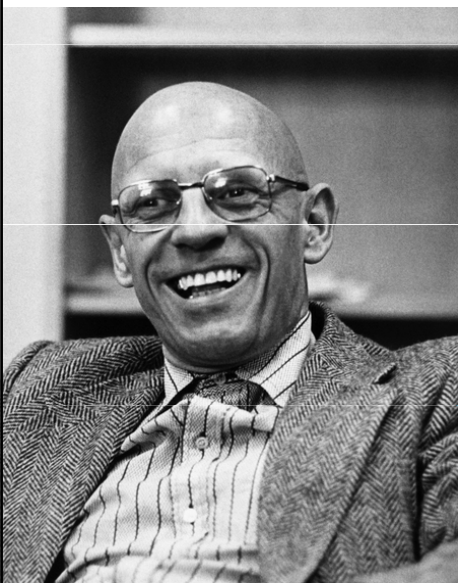
Padesát odstínů pravdy - úvod

- ~~— Komunikace jako mocenský diskurs~~
- ~~— Komunikační proces v konkrétním rámci~~
- ~~— Různé typy komunikace (vizuální, orální a písemná) a proměny jejich historických rolí~~
- ~~— Limity různých typů komunikace~~
 - ~~— Problém ambivalence a chybějících kódů~~
 - ~~— Šíření/rychlost komunikace~~
 - ~~— Pomluvy~~
 - ~~— Narativita~~

Elementy propagandy: narativ a diskurz

Narace/Vyprávění (narratio) je reprodukce události v ústní, malované nebo písemné podobě (**narativ** = (ustálený) popis děje)

Využití v propagandě: skutečnému ději/ fikčnímu ději je připsán hlubší význam („morálka“)
→ Dá se instrumentalizovat
→ Je propojen se známými **diskurz**



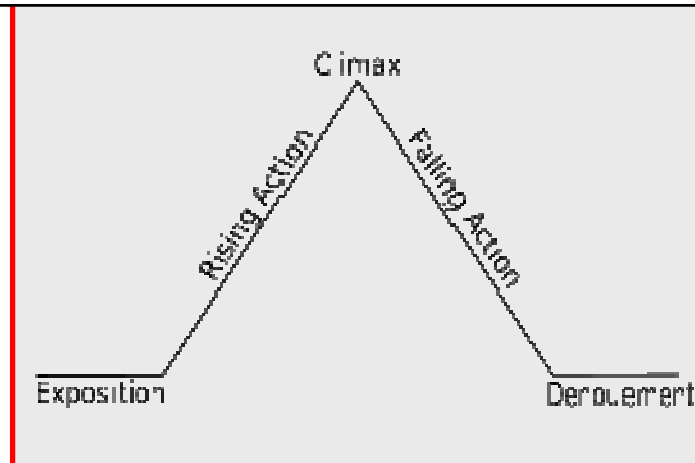
Michel Foucault

(1926 – 1984)

Psycholog, sociolog, historik, filozof

Diskurz (z fr. *discours*, rozprava, přednáška, od lat. *dis-currere*, pobíhat sem a tam, rozebírat v řeči) má několik významů:

- Pojednání nebo výklad o určitém tématu, specifický pro jisté období
- Specifický jazyk pro určitou oblast myšlení (o čem hovoří a o čem se nesmí hovořit; co se o věcech dá a nedá říci)
 - → Nástroj a výraz mocenských vztahů



Gustav Freytag (1863)

Schéma narativní struktury převažující v západní kultuře

Využití v propagandě:

indikátor pro legitimitu mocenských vztahů v určitém období

Elementy propagandy: stereotyp a motiv

Stereotyp: typický obraz, který člověku vyvstane ve vědomí, když přemýšlí o určitém jevu, např. sociální skupině

- Zjednodušuje vnímání organizace světa (kategorizace)
- Individuální vylučující pohled na současnost
- Závislý na kulturním okruhu, období, sociální příslušnosti
- Zpřítomňuje dobové diskurzy

Motiv (francouzsky motif "motiv, podnět"; středolatincky motivum z latinského movere "pohybovat se", motus "pohyb")

- Součást literatury, malířství a hudby
- Stavební prvek vyprávění (zápletka), který sice ještě netvoří celou naraci (vyprávění), nicméně již představuje prvek z hlediska obsahu, situace



Walter Lippman
(1889 – 1974)

Americký novinář, filozof,
zakladatel oboru studií
stereotypů propojením
politologie, mediálních
studií a sociální psychologie

úvod do propagandy

1. Technický úvod

2. Propaganda dnes
a dříve

3. Komunikační proces
a elementy propagandy

4. Předpoklady
a problémy
předmoderní
propagandy

5. Několik příkladů...



Předpoklady předmoderní propagandy

- Neexistují masová média
- Společnost analfabetů (důležitost obrázků)
- Písmo je určeno elitám (potvrzuje převládající názory)
- Mluvené slovo, obrázky mají přednost



- zájmové/cílové skupiny jsou menší a specifické
- Veřejnost se rozpadá se na dílčí vymezené sociální příslušnosti
- Sociální sféry se protínají ve veřejných prostorách (trzích, hospodách, kostelích apod.)
- Zde se vyskytují různá média, zde vznikají názorové skupiny, které s mohou posléze radikalizovat

Převažující témata:

- Otázky morálky a správného řádu (častokrát: osobní, církevní nebo kritika panovníka)

Předpoklady předmoderní propagandy

Pracovní definice pro předmoderní propagandu

„Propaganda je propojena s komunikací, publicitou a veřejným míněním v určitém kontextu. Historikovi se jeví v rámci dějin komunikace, tedy jako proces. Ten začíná okolnostmi vzniku obsahu, týká se transportu, distribuce a publika, a sahá až po druhý život propagandy v historiografií“

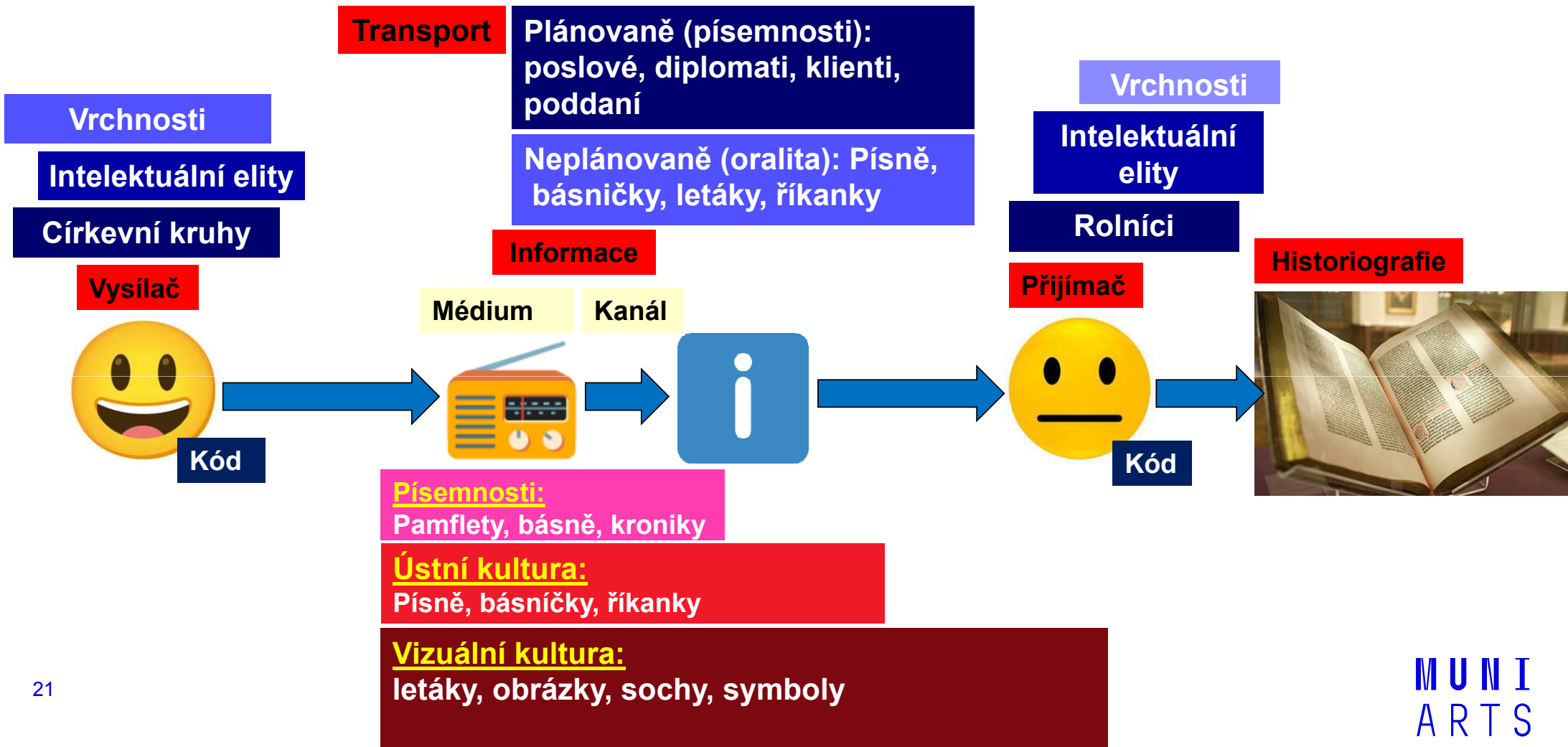
Ne všechno, se dnes jeví jako propaganda, taky propagandou je!

Jedním z hlavních rysů propagandy je persuasivita:
- způsob, jakým nás autor propagandy chce přesvědčit o jeho pravdě



Karel Hruza (*1961)
historik
IMAFO (Viedeň)/ FF MU

Předpoklady předmoderní propagandy



Předpoklady předmoderní propagandy

Propaganda?
Ano či ne...

Leták:

**„Nicht Bapst: nicht schreck
uns mit deim ban, Und sey
nicht so zorniger man. Wir
thun sonst ein gegen wehre,
Und zeigen dirs Bel vedere,,**

(Papstspottbilder, Lucas Cranach 1545
Vyrobené na zakázku Martina
Luthera – proti)

**Neděste nás, papeži, vaším
zákazem a nebud'te tak
vzteklý; jinak se otočíme a
ukážeme vám naše zadnice**



Předpoklady předmoderní propagandy

Propaganda?
Ano či ne...

Kronikářství:

Petr Žitavský – Zbraslavská kronika (1309-1339)
Charakteristika Jana Lucemburského

„Podívejme se na tohoto mladíka znamenitě nadaného a bohužel prokážeme, že veliká zkáza a počátek útrap vzešel celému království i jemu pro ničemnou společnost. Neboť tomuto mladičkému králi přidružili někteří šlechticové zemští své mladší syny, kteří v ničemném styku sváděli poddajnou mysl mladého krále k mnohým nedovoleným věcem. Neboť bujný věk mladičkého krále počal s bujnými duchy bujněti, píti víno až do opilství, trávití beze spánku noci při pitkách, věnovati se hodům a oddávati se špatným mravům a zvráceným zvykům...“¹



Předpoklady předmoderní propagandy

Médie

Badatelské výzvy:

Písemnosti:

Pamflety, básně, kroniky

Medium elit, velká váha v historiografii

Ústní kultura:

Písně, básničky, říkanky

Sekundární tradice, obtížná rekonstrukce kontextu, chybějící kódy

Vizuální kultura:

letáky, sochy, obrázky, symboly

Obtížná rekonstrukce Kontextu, chybějící kódy

Psychologie předmoderních aktérů?

Interpretace emocí?

Odhad úspěchu a dosahu propagandy?

úvod do propagandy

1. Technický úvod

2. Propaganda dnes
a dříve

3. Komunikační proces
a elementy propagandy

4. Předpoklady
a problémy
předmoderní
propagandy

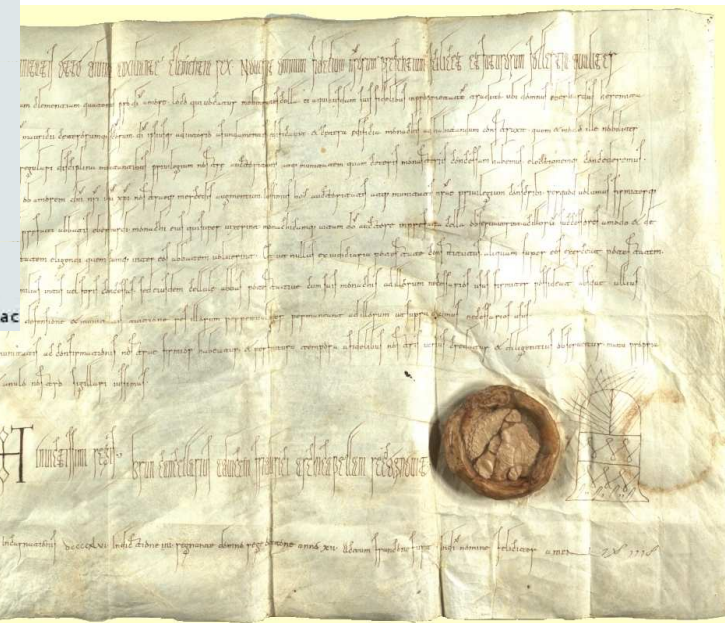
5. Několik příkladů...



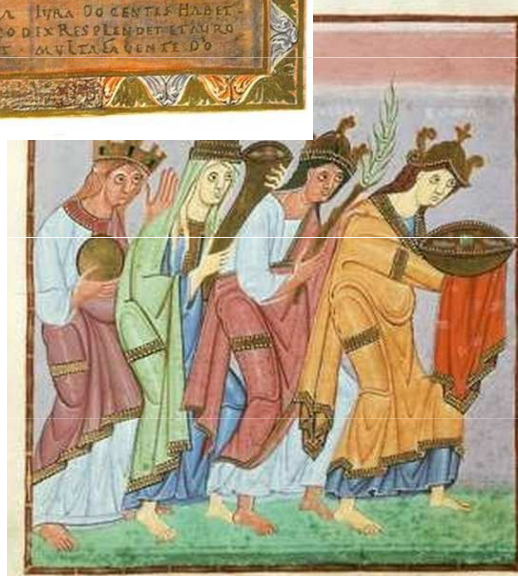
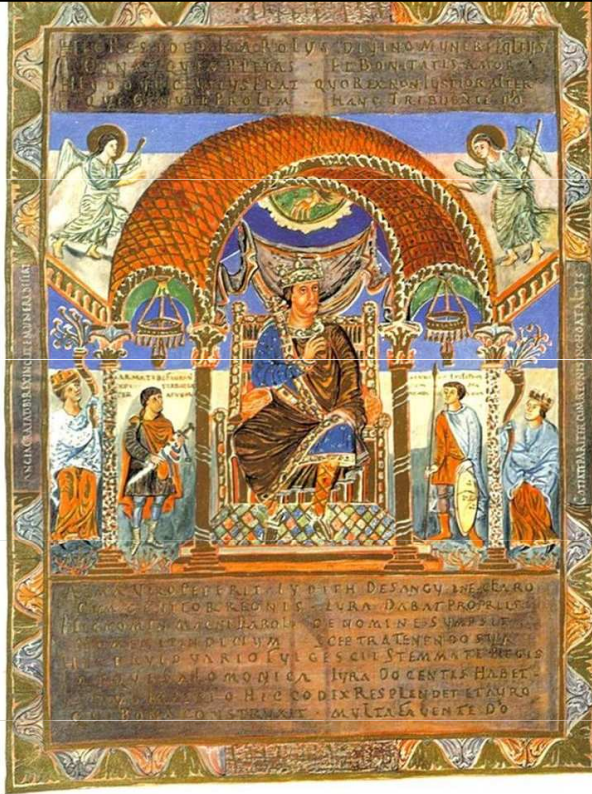


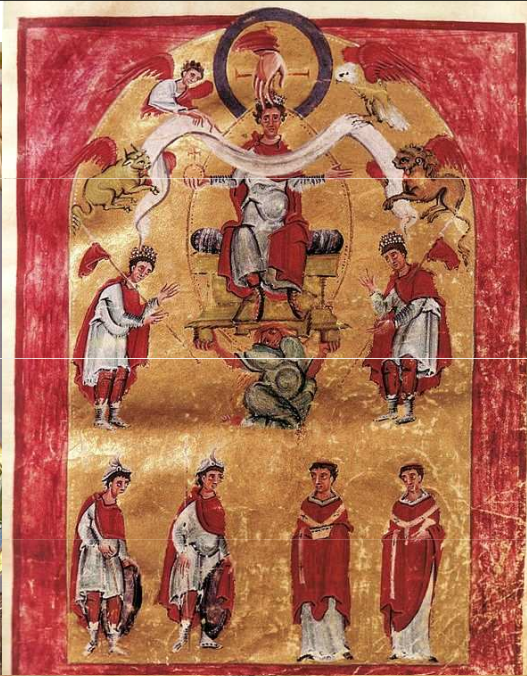
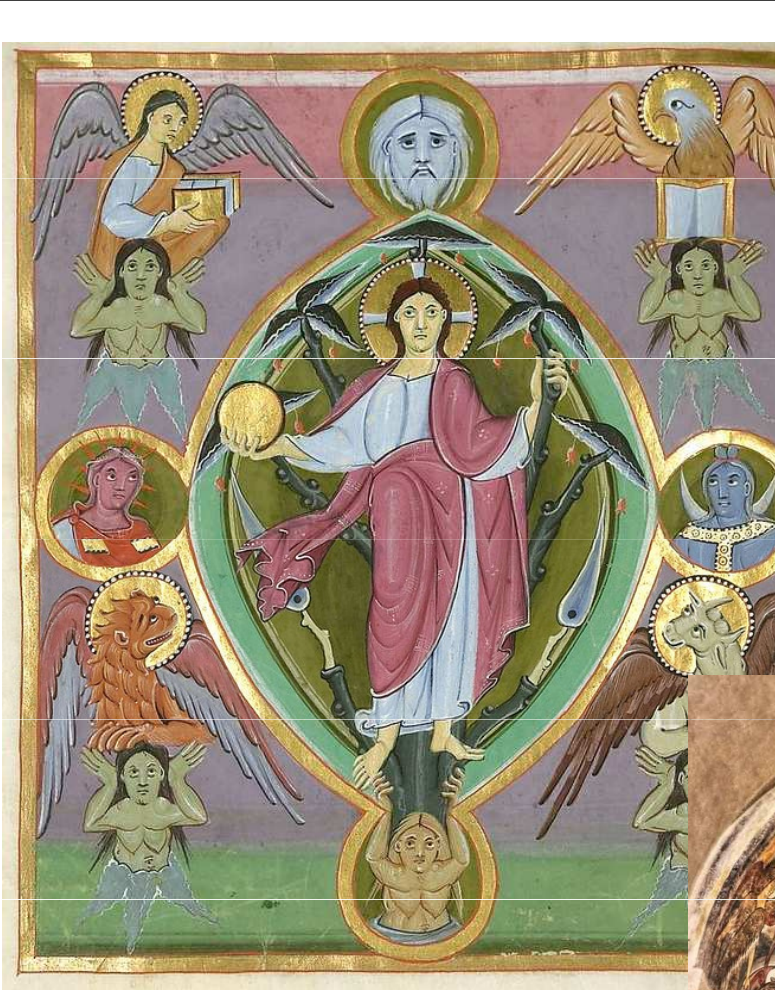
Média: vizuál

Problémy vizuálních medií



Otto, divina favente clementia rex
Signum domni Ottonis serenissimi regis **CURSUS HONORUM**
...anno vero regni gloriosissimi regis Ottonis





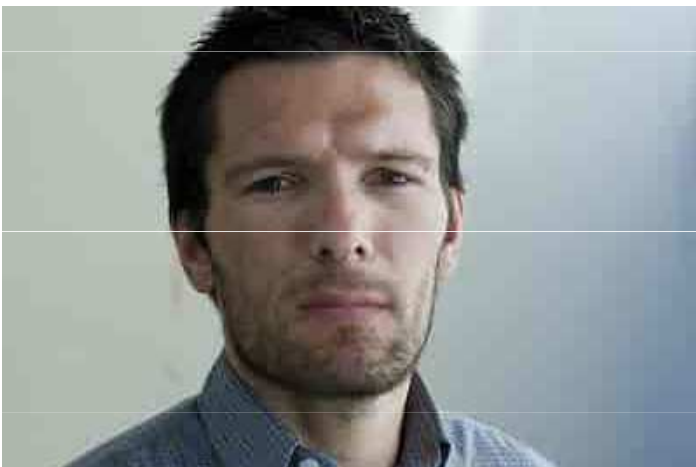
Biblia pauperum a problém vizuální kultury jako média

- Řehoř Veliký (590-604) v listu marseilleskému biskupu Serenovi: *“Co je písmo pro vzdělané, to jsou obrazy pro neznalé, kteří díky nim vidí, v co mají věřit; čtou v nich to, co nemohou v knihách.”*



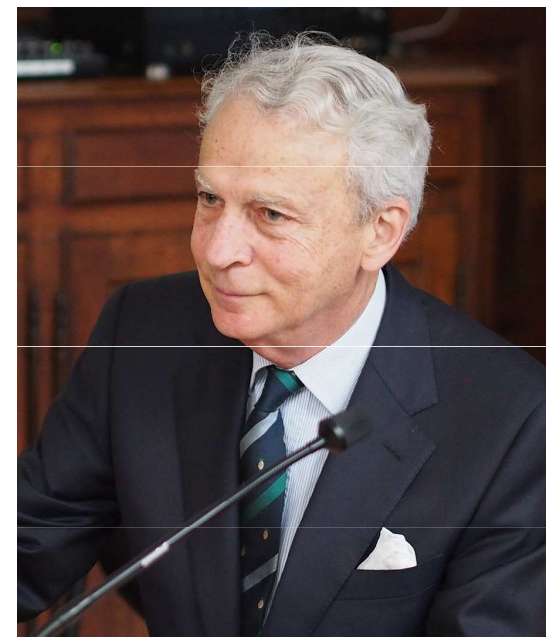
Kdo je na obrázku?

Veřejný prostor



CDB 1, č. 130, s. 124:
kanovník Zbyhněv „...ubi
christianitas incepta est...“

- Brian Stock
 - Textové komunity
- Leidulf Melve
 - Problém veřejného prostoru ve středověku
- Marcus Bull
 - Vztah písemné a orální kultury
 - I negramotní k ní mají zprostředkovaný přístup
 - Kázání!
 - Předčítání!
 - Listiny!
 - → neostrá hranice mezi literární, orální a vizuální komunikací



Média: mluvené slovo A gesto!

Problémy orality a paměti

Kosmas, prolog: “A tak jsem počal své vypravování od prvních obyvatelů země české a jen **něco málo, co jsem poznal z bájného podání starců**, vykládám, ne z touhy po lidské chvále, nýbrž aby pověsti neupadly vůbec v zapomenutí, podle toho, jak umím a vím, lásce všech dobrých lidí.”

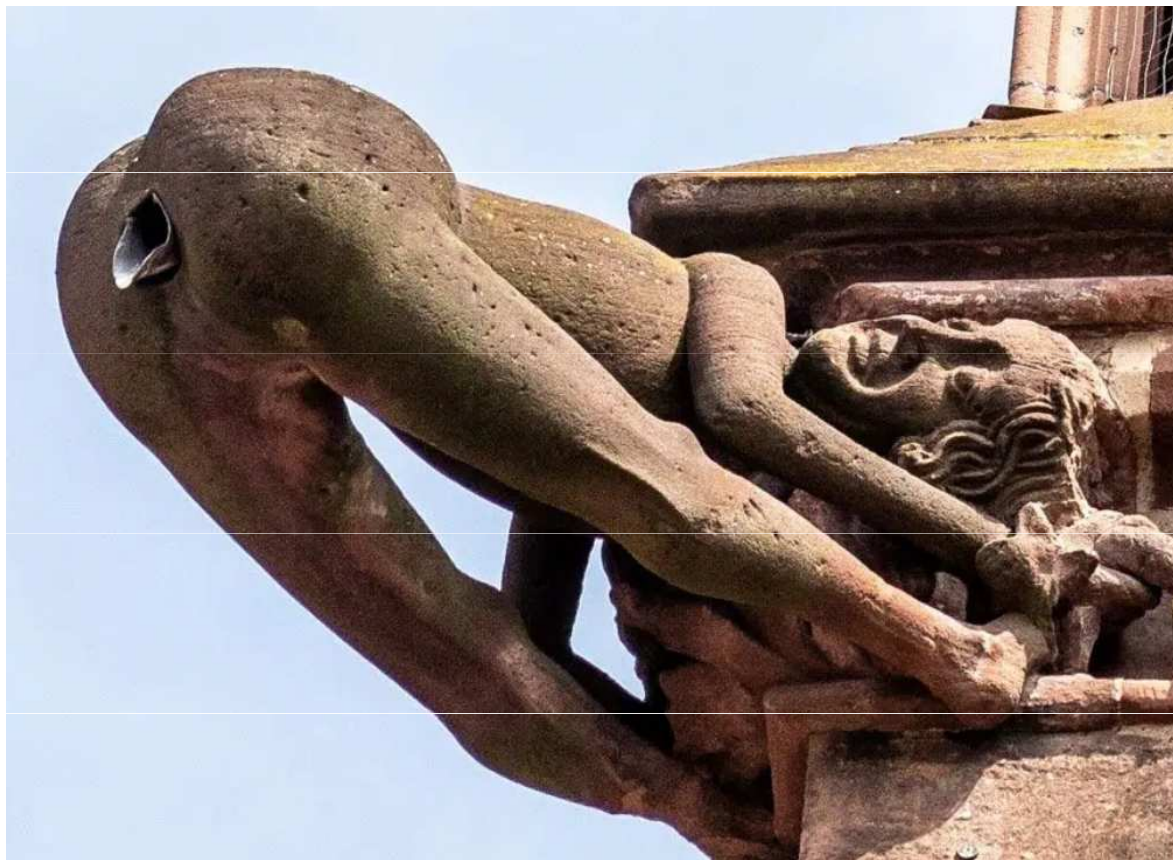
Kosmas, I. 10: “Ihned se **nadme domýšlivou pýchou a chtě zvědět, jakou vládne mocí, dá nositi meč po všech krajích** celé své země a oznámí **knížecí rozkaz**, že každý, kdo výškou těla přesahuje míru meče, nepůjde-li na vojnu tak rychle, jak bylo rozkázáno, má býti bez milosti mečem pokutován. Seznav, že se nad vyřčené slovo rychleji shromáždili na ustanoveném místě, **postavil se uprostřed na náspu, a obklopen jsa dokola lidem, opřen o štít a mávaje v ruce mečem, jal se mluvit**: „Bojovníci, ve vašich rukou jest již poslední vítězství, jindy jste nejednou zvítězili, nyní k hotové věci se hotovíte.”

Kosmas, II. 2: “A hned vyhlásil přísné nařízení a **dal na znamení svého rozkazu po celé zemi české nositi provaz upletený z lýčí**, na výstrahu, **aby každý opozdilec, který by přišel do tábora po daném hesle, věděl zcela jistě, že bude takovým provazem oběšen na šibenici**. Když se pojednou, v okamžení, **shromáždili na jedno místo a do jednoho, táhl do země polské**, zbavené svého knížete, nepřátelsky na ni udeřil,”

Kosmas, II. 4: “Tu kníže, **pozdvihnuv ruku nad svatým hrobem**, takto počal mluvit ke shromáždění lidu: „**Bratří, pozdvihněte společně své pravice k Hospodinu** a mějte pozor na mé řeči; chci, abyste je **přisahou na svou víru potvrdili**.”

Kosmas II. 40: “... pak ho král (Vratislav) **vzal úskočně za pravou ruku** a vedl ven z tábora, jako by chtěl tam s ním v soukromí mluvit. Vtom vida **rukověť a zlatý jílec meče, jež měl ten bojovník za pasem**, mezi jiným se ho ptal, co svým mečem dovede. **On odpoví: „I kdybys položil mlýnský kámen na přílbu, obojí spolu i hlavu a tělo až k boku jednou ranou tímto mečem přetnu.“** Divil se král na oko, pochvaloval meč a žádal, aby mu jej ukázal. On, nic zlého netuše, vytáhl meč z pochvy a vložil jej králi do ruky. Král se ho chopil, potřásl jím a pravil: „Co chceš nyní dělat, kurví synu?“ a k přítomnému komorníkovi Vítu Zelibořici, jenž jediný s ním byl, člověk horší nad nejhoršího: „Chyť ho, chyť, zvedni a svaž do kozelce!“”

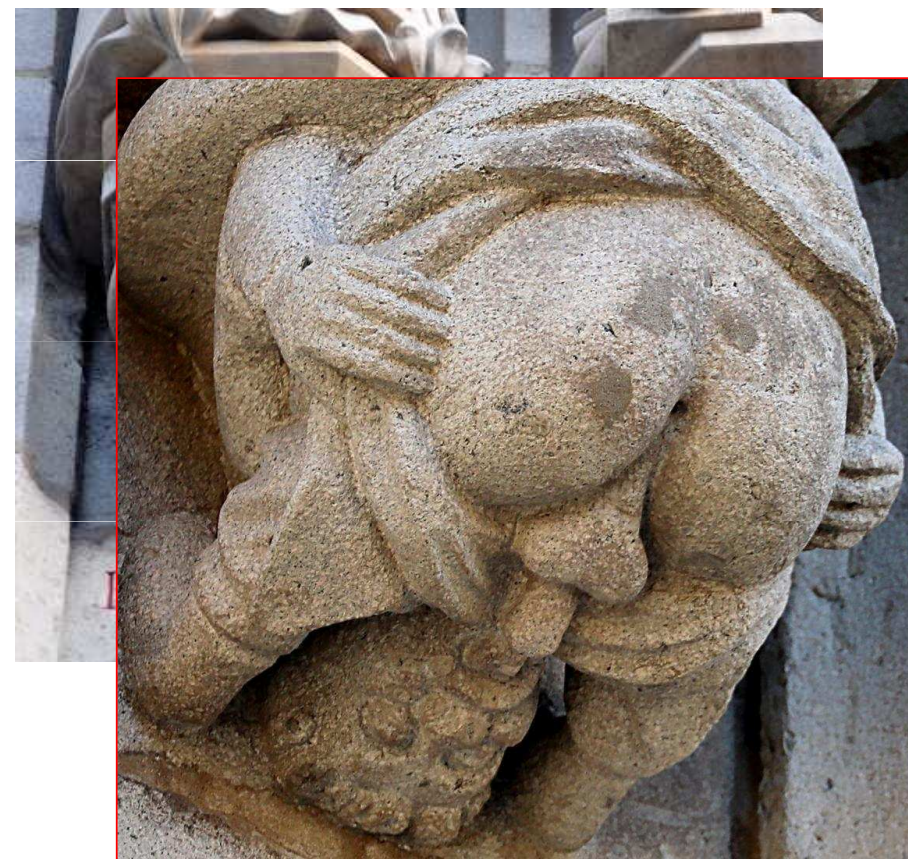
Médie: sochy, obrazy



**Chrič, Katedrála
Freiburg i. Breisgau (ca. 16 stol.)**

33

Problémy vizuální kultury



**Figurka na radnici,
Kolín n. Rýnem (1410)**

**MUNI
ARTS**