

Pražská vysoká škola psychosociálních studií



**Rodinné vztahy pod vlivem propagandy optikou
Rusů žijících v ČR**

Bc. Daniel Flek

Diplomová práce

Studijní program: Psychologie

Vedoucí práce: Mgr. Ing. Eva Dubovská, Ph.D.

Praha 2024

Prague College of Psychosocial studies



**Family relations under the influence of
propaganda through the lens of Russians living in
the Czech Republic**

Bc. Daniel Flek

Diploma thesis

Department of Psychology

Supervisor: Mgr. Ing. Eva Dubovská, Ph.D.

Prague 2024

Prohlášení:

1. Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracoval samostatně a výhradně s použitím citovaných pramenů, literatury a dalších odborných zdrojů.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne

Podpis

Abstrakt

Diplomová práce se prostřednictvím kvalitativního zkoumání věnuje tématu prožívání rodinných vztahů pod vlivem propagandy. Bylo provedeno šest hloubkových rozhovorů a ke zkoumání byla zvolena metoda Interpretativní fenomenologické analýzy. V první, teoretické části je definována propaganda a dále zkoumány její psychologické mechanismy a specifika. Ve druhé, empirické části, jsou popsány výsledky analýz. Mezi společně identifikovaná témata patřilo osobní prožívání začátku války, chápání propagandy a prožívání Ruské identity a národy. Z těchto témat pak vycházejí podtémata, která jsou v práci též popsána. V diskuzi je nastíněno, jak se výsledky analýzy protínají s dosavadním teoretickým zkoumáním.

Klíčová slova: Propaganda, Rusové v ČR, rodinné vztahy, začátek války na Ukrajině, Interpretativní fenomenologická analýza

Abstract

This thesis explores the topic of experiencing family relationships under the influence of propaganda through qualitative research. Six in-depth interviews were conducted and the method of Interpretative Phenomenological Analysis was chosen for the research. In the first theoretical part, propaganda is defined and its psychological mechanisms and specifics are examined. In the second empirical part, the results of the analyses are described. The common themes identified included personal experiences of the beginning of the war, understanding of propaganda, and experiencing the Russian identity and mentality. Sub-themes then emerged from these themes and are also described. The discussion outlines how the results of the analysis intersect with the theoretical explorations to date.

Keywords: Propaganda, Russians in the Czech Republic, family relations, beginning of the war in Ukraine, Interpretative phenomenological analysis

Poděkování

Děkuji Ing. Mgr. Evě Dubovské, PhD. za odborné vedení, ochotu a trpělivost, kterou mi při psaní práce věnovala a též za inspiraci ke zkoumání této problematiky. Mé veliké poděkování patří dále všem respondentům, kteří mne nechali nahlédnout do svého prožívání.

OBSAH

TEORETICKÁ ČÁST	9
1 ÚVOD	10
2 PROPAGANDA	10
2.1 Definice propagandy	11
2.2 Formy propagandy	14
2.4 Ruská propaganda (Sovětská)	15
2.5 Moderní propaganda	18
2.5 Shrnutí propagandy	20
3 PSYCHOLOGICKÉ ASPEKTY PROPAGANDY	20
3.1 Persvaze a vliv	21
3.1.1 Ovlivňovací techniky	22
3.1.2 Heuristické zpracování	23
3.2 Procesy učení	24
3.2.1 Klasické podmiňování	24
3.2.2 Observační učení	25
3.3 Emoce a cítění	26
3.4 Manipulace	28
3.5 Pozornost a opakování	30
3.6 Démonizace nepřátel	31
3.7 Shrnutí	32
EMPIRICKÁ ČÁST	33
4 METODIKA	34
4.1 Cíl a výzkumná otázka	34
4.2 Výzkumný soubor	35
4.3 Proces sběru dat	36
4.4 Proces analýzy dat	37
4.5 Reflexe vlastní zkušenosti s tématem	37
4.6 Etika výzkumu	38
5 VÝSLEDKY	39
Téma A) TÉMA OSOBNÍHO PROŽÍVÁNÍ	40

A.1 Podtéma vzdálení / chybění	40
A.2 Podtéma komunikace	41
A.3 Podtéma strachu	44
A.4 Podtéma prožívání začátku Ruské invaze na Ukrajinu	45
A.5 Podtéma prožívání vlastní Ruské identity	47
Téma B) TÉMA CHÁPÁNÍ PROPAGANDY	48
B.1 Podtéma působení propagandy	48
B.2 Podtéma jazyka propagandy	50
Téma C) TÉMA CHÁPÁNÍ RUSKÉ NÁTURY A RUSKÉHO CÍTĚNÍ	51
C.1 Podtéma traumatických zkušeností a represí	52
C.2 Podtéma hrdosti	53
C.3 Podtéma pasivity	54
C.4 Podtéma postavení rodičů / starších	56
6 DISKUZE	57
7 ZÁVĚR	61
LITERATURA	63
PŘÍLOHY	71
PŘÍLOHA I: Scénář polostrukturovaného kvalitativního rozhovoru	72
PŘÍLOHA II: Ukázka postupu analýzy IPA	74
PŘÍLOHA III: Informovaný souhlas	76
PŘÍLOHA IV: Bibliografické údaje	77

TEORETICKÁ ČÁST

1 ÚVOD

Propaganda je fenomén, který hraje klíčovou roli ve formování veřejného mínění a ovlivňování jednotlivců i skupin. Tento termín, původně odvozený z latinského "propagare" (šířit), označuje systematické šíření informací, které může být založeno na pravdě, polopravdě či úmyslné dezinformaci. Propaganda je mocný nástroj politických struktur, korporací i jednotlivců, kteří se snaží dosáhnout svých cílů a formovat vnímání světa.

Tato diplomová práce se zaměřuje na analýzu propagandy, s důrazem na Ruskou propagandu a psychologické aspekty jejího působení. Ruská propagandistická strategie se v posledních letech stala předmětem zájmu kvůli svému účinku na mezinárodní politické scéně i kvůli vlivu na sociální dynamiku světové veřejnosti. Studium psychologických mechanismů a dopadů na lidské prožívání, které propagandistické kampaně využívají, je klíčové pro porozumění jejich účinnosti a dlouhodobých dopadů na společnost.

Na začátku této práce se autor zabývá definicí pojmu propaganda, historií a poté jak je aplikována v různých kontextech. Práce bude zaměřena především na psychologické principy, které propagandisté využívají k manipulaci s veřejným míněním a k formování preferencí u jednotlivců. Cílem je nejen poskytnout komplexní pohled na psychologické procesy v pozadí tohoto fenoménu, ale také jim lépe porozumět v kontextu praktického zkoumání, což je cílem druhé části této práce. Diplomová práce kombinuje teoretický rámec s analýzou konkrétních případů působení Ruské propagandy a analyzuje dopad na prožívání rodinných vztahů. Dále s pomocí aplikace psychologických teorií popisuje praktické případy k hlubšímu porozumění fenoménu propagandy a jejího vlivu na prožívání jednotlivců i společnosti.

2 PROPAGANDA

Na první pohled by se mohlo zdát, že se primárně nejedná o téma psychologické. Studovat propagandu z velké části znamená se ponořit do oborů jako jsou historie, sociologie, filozofie, rétorika, lingvistika, politické vědy a další. Autor této diplomové práce si dal za cíl prozkoumat a zmapovat psychologické aspekty tohoto komplexního

fenoménu a jeho dopadu na lidské prožívání, ačkoliv si je plně vědom toho, že se jedná pouze o výsek studované problematiky.

Než začneme rozebírat podstatu tohoto jevu, je záhodno si přiblížit historické souvislosti. Propaganda je jev starý jako občanská společnost sama. Byl přítomen u samých počátků organizace života a všude tam, kdy byla vlivem moci nutnost usměrňování života, myšlenek a lidského chování (Hemelík, 2008). Na podkladu výměny názorů, jejich obhajování v občanské společnosti a s rozvojem komunikačních prostředků i úrovně vzdělanosti můžeme obecně mluvit o propagandě jako o zisku důvěry mas a usilování o usměrňování obecného mínění (Stainer & Hanuš, 1968). Prostředkem jsou masmédiá, která nám, jako populaci, komunikují nejen informace, zprávy a zábavu, ale i symboly a behaviorální kódy. Podle dominantního vlastníka a vysílatele těchto informací je možné mluvit o převažujícím vlivu osobního zájmu (Herman & Chomsky, 1988). Dále je možné mluvit o předávání ideologie. Jowett & O'Donnell (2019) mluví ve své knize o tom, že propaganda může znamenat cokoli od snah vládních agentur vyvolat masivní národní cítění za účelem podpory válečného úsilí, přes snahu korporátních společností o ustanovení důvěryhodné image před svou klientelou, a stejně tak se může jednat o snahu teroristických sítí naverbovat co nejvíce stoupců džihádu do svých řad. Než zakotvíme ve zkoumání propagandy z hlediska psychologie, definujeme pojem „propaganda“ a ve zkratce si přiblížíme množství různých úhlů pohledu, ze kterých je možno tomuto pojmu porozumět.

2.1 Definice propagandy

Většina odborníků se shoduje, že vymezení pojmu propaganda je značně komplikované. Pojem propaganda může znamenat zákonitosti a techniky pervazivní komunikace. Dále lze na tomto pojmu demonstrovat například intence různých státních režimů. Propaganda může také znamenat řízení společenských procesů nebo utváření veřejného mínění, podle jiných autorů se jedná o psychologickou válku. Definice budou nastíněny v následujícím odstavci.

Etymologie vlastního slova propaganda má původ v latinském slově *propagare* – rozhlášovat, rozšiřovat, rozmnožovat. Co se týče historie, je možné mluvit o roce 1622, kdy bylo ve Vatikánu ustanoveno takzvané *Sacra Congregatio de Propaganda Fide*, což znamená posvátné shromáždění pro šíření víry římskokatolické církve (Pratkanis &

Aronson, 2002). Tato nová propaganda měla za úkol šířit katolickou víru, zejména do Nového světa a do misijních zemí.

Význam slova propaganda tedy ztratil svůj původně eticky neutrální význam a do dnešního dne mezi širší veřejností významově vystupuje spíše s negativními či pejorativními konotacemi (Prokopová, 2014). Jako synonyma dnes můžeme hledat slova jako manipulace, překrucování, lži, nátlak, vymývání mozku a podobně (Jowett & O'Donnell, 2019). Je také dobré upozornit na to, že propaganda se pro některé totalitní režimy stala synonymem k jejich mocenskému systému. Politika typicky nacistického Německa či Sovětského Svazu byla s propagandou pevně provázána a tyto režimy zdůrazňovaly nutnost jejího používání. I díky tomu je k tomuto tématu v dnešní době přistupováno s rezervovaností (Prokopová, 2014).

Co se týče prvotního teoretického zkoumání, musíme zmínit autora E. L. Bernayse, též zvaného "otce propagandy". Jeho práce je považována za jedno z prvních teoretických děl na toto téma. Ve své knize uvádí, že "Propaganda je výkonnou složkou neviditelné vlády"¹ (s. 48). Podle něj je propaganda de facto vědomá a promyšlená manipulace názorů a návyků mas lidí. Ve zkratce zmiňuje jak její pozitivní aspekty, tak varuje proti možnému zneužívání. Propagandu vidí také jako jeden ze základních fenoménů přispívajících k fungování demokracie – pečlivým organizováním komunikačních technik regulujících veřejné mínění (Bernays, 1972).

Z politologického hlediska se díváme na propagandu jako nástroj, který je v rukou nějaké mocenské skupiny (např. politické strany), a s jehož pomocí je možné ovlivňovat, manipulovat či ohýbat veřejné mínění a tím dosáhnout určitých vlastních politických cílů. Podle J. Ellula, francouzského teoretika propagandy, je propaganda: "Soubor metod používaných organizovanou skupinou, která chce dosáhnout aktivní nebo pasivní účasti masy jedinců na svých činech, psychologicky sjednocených prostřednictvím psychologické manipulace"² (s. 61). Důležité je, aby komunikace probíhala úmyslně, systematicky a psychologicky vyvolala účinek u příjemce (Ellul, 1973).

Z akademických pojetí se přesuneme k definici mladší a související s moderní dobou. Tím, jak se komunikační a sdělovací prostředky s dobou vyvíjejí, stávají se zároveň prostředky propagandy, možnosti jejího zacílení, propracovanost a úroveň

¹ "Propaganda is the executive arm of the invisible government."

² "Propaganda is a set of methods employed by an organized group that wants to bring about the active or passive participation of a mass of individuals in its actions, psychologically unified through psychological manipulations and incorporated in an organization."

manipulace rychlejší, přesnější a efektivnější. O takovém fungování propagandy podávají zprávu například autoři Benkler, Faris a Roberts. Popisují, že takzvaná síťová propaganda je systematické šíření informací a dezinformací (prostřednictvím síťového prostředí), zejména pomocí platforem sociálních médií a dalších digitálních komunikačních technologií, zaměřené na utváření vnímání a chování veřejnosti způsobem, který slouží cílům propagandisty (Benkler et al., 2018).

Podstata tkví stále v tom samém – v šíření informací, v kontextu dnešní doby je však možné ke komunikačním kanálům, díky kterým se propaganda stává dostupnější a efektivnější, zařadit procesy jako je šíření obsahu za použití algoritmů nebo cílených reklam, zejména na sociálních sítích a dalších online platformách. Definice propagandy, jako moderního způsobu šíření informací, také zahrnuje prvky jako viralita a dosah (rychlé, často okamžité šíření informací skrz internetové sítě), dezinformace a fakenews (nepravdivé a zavádějící informace k ohýbání veřejného mínění), dále může být i o zvýšené míře angažovanosti a interaktivity (uživatelé skrze interakční prvky – např. sdílení nebo komentování zvyšují míru své angažovanosti) (Benkler et al., 2018). Propagandu je tak nutno brát, mezi všemi ostatními směry, také jako komunikaci.

Znovu je důležité podotknout, že je na tento fenomén nutné koukat v celé jeho komplexnosti. O některých souvislostech v této práci dále již nebude žádná zmínka, připomeňme tedy na tomto místě, že propagandu (kromě jejího psychologického fungování, kterému se zde dále bude autor věnovat) je nutno vidět také v souvislostech historických – ve spojitosti s tímto aspektem je nutné zmínit a brát v potaz to, jak se propaganda vyvíjela od dob Starověkého Říma, skrze středověk až po důležité 20. století, ve světových válkách (ve svých “zlatých” dobách), a do jaké formy se vyvinula dnes. Je nutno zkoumat jednotlivá periodika a dávat je do kontextů se společenskými událostmi a upevňováním moci. Dále v souvislostech ekonomických – pochopení toho, jak funguje komerční, marketingová propaganda a jaký má vliv na ekonomické zájmy. Jak propaganda funguje například ve spojitosti s reklamou a jak lze využít vlivu lobbingu k ovlivnění ekonomických a korporátních zájmů. Dále je možné zmínit i souvislosti technické – řeč je zde o roli moderních médií – televize, rádia, tisku, jednoznačné roli internetu a sociálních médií, ale i například to, jakou roli hraje grafický design při tvorbě propagandistických materiálů. Jak mohou být velké objemy dat využívány k analýzám, zlepšení účinnosti a rychlosti šíření v rámci moderních médií. V neposlední řadě je možné zkoumat například to, jak propaganda funguje v různých

mocenských systémech. Jak se například snoubí s diktaturou a jakou roli má na upevnění moci v demokracii (Jowett & O'Donnell, 2019).

V předchozích odstavcích je zmíněn jen velmi omezený výčet pohledů, akademických disciplín, z jakých se můžeme na fenomén propagandy dívat. Z množství náhledů a sémanticky velmi rozmanitých definic, které byly zmíněny v této kapitole, je zde snaha vysvětlit, že se v základu jedná téměř vždy o jeden a ten samý mechanismus. Pro úplnost přidejme ještě jednu tuzemskou definici. Dle Ftorka (2010) jde o „Manipulaci médií s cílem dosažení společenské kontroly, a to zejména v politickém kontextu, kdy je spojována s úsilím politických hnutí, organizací a vlád“ (s.47). Stále je přitom ale dobré mít na paměti, že existují i ty aspekty propagandy, které ukazují, že nemusela sloužit pouze totalitním režimům a šířit negativní ideologie (Prokopová, 2014). Na závěr tohoto odstavce přidejme ještě poslední ucelenou a jasnou definici od autorů G. Jowetta a V. O'Donnellové. Jejich zkoumání poskytuje cenné teoretické informace k napsání této práce a jejich definice propagandy je základním styčným bodem, kterým autor uzavírá popis chápání tohoto pojmu a přistupuje k popisu různých forem propagandy.

“Propaganda je záměrný, systematický pokus utvářet vjemy, manipulovat s kognicemi a řídit chování k dosažení odezvy, která je v souladu s požadovaným záměrem propagandisty”³ (Jowett & O'Donnell, 2019, s.7).

2.2 Formy propagandy

V tomto odstavci bude popsáno, jakým způsobem můžeme přistoupit k rozdělení propagandy dle Jowetta a O'Donnellové (2019). Ti ji dle přesnosti informace dělí na takzvanou Bílou, Šedou a Černou.

Bílá propaganda poskytuje informace s vysokou mírou přesnosti a s otevřeností se hlásí ke svému zdroji. Díky tomu, že máme pojem o totožnosti, cíli a politické orientaci propagandisty, se lze k tomuto typu propagandy postavit informovaně a přijmout odpovídající stanovisko. Bílá propaganda je legální aktivita, která dodržuje mezinárodní zákony a pravidla.

Černá propaganda, často označovaná jako propagandistická dezinformace, je obvykle produktem zpravodajských služeb s rozsáhlými mezinárodními sítěmi. Za

³ “Propaganda is the deliberate, systematic attempt to shape perceptions, manipulate cognitions, and direct behavior to achieve a response that furthers the desired intent of the propagandist.”

dezinformační techniky můžeme považovat zveličování nebo zlehčování konkrétního jevu, záměnu okolností, samotné povahy jevu nebo úplnou záměnu jevu za jiný.

Ke dvěma předchozím přidávají autoři ještě propagandu Šedou. Její definice je značně komplikovaná, protože se pohybuje na hraně definic obou zmíněných. Vyznačuje se nejistotou ohledně zdroje a nejistotou i ohledně pravdivosti informací (Bittman, 2000; Prokopová, 2014; Jowett & O'Donnell, 2019).

Jacques Ellul, francouzský teoretik, sociolog a filozof, popisuje ve své knize typologii propagandy. Rozdělení dle Ellula (1973) je vyobrazené v Tabulce č.1.

Tabulka č.1: Typy propagandy dle J. Ellula (1973)

Typ propagandy	Definice	Příklad
Politická propaganda	Zaměřena na politické cíle a podporu ideologií.	Politické kampaně, vládní prohlášení
Sociální propaganda	Snaží se změnit sociální chování a normy.	Kampaně ve prospěch veřejného zdraví
Vertikální propaganda	Propaganda shora dolů, od vlád a institucí k masám.	Vládní oznámení a oficiální komunikace
Horizontální propaganda	Propaganda mezi lidmi na stejné společenské úrovni.	Šíření "memů" na sociálních sítích
Agitační propaganda	Snaží se vyvolat okamžitou reakci a změnu chování.	Revoluční výzvy, výzvy k protestům
Integrativní propaganda	Snaží se integrovat jednotlivce do společenského systému a upevnit jejich loajalitu.	Národní slavnosti, kampaně pro národní hrdost
Racionální propaganda	Využívá logiku a fakta k přesvědčování.	Vědecké prezentace o změně klimatu
Iracionální propaganda	Využívá emoce, mýty a symboly k přesvědčování.	Politické reklamy s emocionálním nábojem

2.4 Ruská propaganda (Sovětská)

S ohledem na praktickou část této diplomové práce se nyní musíme zastavit u popisu specifík Ruské, potažmo historicky Sovětské propagandy. Ta je kvůli aktuální geopolitické situaci a společenské situaci často skloňovaným tématem. Koneckonců i BIS označuje ve své výroční zprávě za rok 2022 Ruskou Federaci a její (nejen propagandistický) vliv za jedno z největších nebezpečí (BIS, 2023). Za synonymum pro

propagandu Ruskou dnes můžeme pokládat také označení propaganda Kremelská, nebo Putina propaganda. Co se týče historie – již bolševický Agitprop používal umělecká díla a obrazy jako prostředek propagandy, což se mimo jiné stalo i inspirací pro nacistické Německo. Během druhé světové války sehrála Sovětská propagandistická mašinerie klíčovou roli ve “Velké vlastenecké válce”. S vývojem propagandistických metod v roce 1963 založilo KGB samostatné oddělení dezinformací, které se zaměřovalo hlavně na výrobu falešných dokumentů, fotografií a šíření poplašných zpráv (Cajthaml, 2006). Se stále větším porozuměním vedení informační války byla za dob studené války v tehdejším Sovětském svazu dokonce vyvinuta k požadovaným účelům samostatná metodologie. Tzv. Gerasimova doktrína, pojmenovaná po Ruském generálovi Valeriji Gerasimovi, představuje moderní přístup k vedení války, který je přizpůsoben možnostem informačního věku. Tato doktrína se zaměřuje na hybridní válečné strategie, které kombinují vojenské prostředky s nevojenskými – jmenovitě to jsou informační a psychologické operace. Jednou ze základních tezí Gerasimovy doktríny je tvrzení, že je Rusko dlouhodobě vystaveno subverzivní válce ze strany svých protivníků a pouze se brání. Doktrína klade velký důraz na psychologické operace, které zahrnují ovlivňování politiků, soudců, finančních toků, korupci a vydírání. Prostředky hybridní války se mohou pohybovat od šíření dezinformací a kybernetických útoků až po ekonomický nátlak a politické manipulace. Použití otevřené vojenské síly je v rámci této doktríny považováno za poslední prostředek, který je nasazen až na úplný závěr, kdy je nezbytné stabilizovat situaci v zemi rozložené informačním a ekonomickým konfliktem. V takovém případě je vojenská intervence často prezentována jako jakási “mírotvorná mise” vyslaná na pomoc, což je snaha legitimizovat ruský vojenský zásah a potažmo posílit vliv v regionu (Galeotti, 2019).

Zdokonalující se techniky propagandistického šíření přinesly v kontextu síťové propagandy do dnešního dne výrazný nový fenomén – tzv. Trolí farmy. Tak lze označit například centrum internetového výzkumu – jak se oficiálně nazývá instituce, která se propagaci dezinformačních materiálů v Ruském Petrohradu věnuje. To zaměstnává jazykově vzdělané Rusy, kteří se pod různými identitami zapojují do online diskusí, a jejichž cílem je šířit Kremelské narativy a předem připravené argumenty (Morrison, 2021). Používají promyšlené strategie, včetně zastrašování a vulgárních útoků. Někteří z nich pak například i šíří konspirační teorie, které vykreslují Rusko jako vyvolený stát s vesmírnou energií, zatímco jiní rozsévají nenávist na různá témata. K tomu jim dopomáhají připravené seznamy témat, která jsou určena k šíření. Jejich hlavním cílem

je jak ovládnout online prostor – pobouřit a rozzuřit veřejnost, tak konstantně snižovat důvěru v instituce a ve stát. Důležité je také vytvořit dojem, že je vrcholnými představiteli státu záměrně skrývána skutečná pravda. Začíná zde být znatelný příklon ke konspiračním teoriím, které mají do určité míry podobné psychologické mechanismy fungování, a o kterých bude ještě v krátkosti řeč. Dá se to shrnout slovy, že se jedná o vysoce organizovanou a hierarchicky rozdělenou pracovní skupinu, přímo postoupenou Ruské vládě (Alvarová, 2017).

Aktuálně všeobecně známý výsledek působení Ruské propagandy a známé produkty Ruských trolich farem jsou tzv. Ruské narativy – pod tímto označením lze chápat šíření dezinformací a polopravd, které jsou v souladu s politickými cíli Kremlu, komunikované a etablované směrem dovnitř i vně Ruské federace (Zellner, 2017). O jejich existenci i znění se lze dočíst mimo jiné i na stránkách Ministerstva vnitra pod hlavičkou centra proti hybridním hrozbám. Tyto narativy v sobě nesou velké množství témat. Prvním z nich je snaha vykreslit Ruskou Federaci jako oběť a terč nepřátelství západních zemí, konkrétně ze stran NATO, EU a USA. Jádrem tohoto narativu je zaměření se na téma údajného obklíčení Ruské federace základnami NATO. Jeho cílem je vyvolat dojem, že NATO má výraznou vojenskou převahu, „utahuje kolem Ruska smyčku“ a vyvíjí tlak na Ruskou vládu. Další z narativů například vykresluje cvičení Ruské federace a další konkrétní vojenské operace, které mají za cíl ukázat nejen sílu, ale i připravenost Ruské armády postavit se potenciálním útočníkům. Tento narativ také zahrnuje zprávy o schopnosti Ruska provést vojenské operace s ničivými následky pro Západ. Tyto zprávy jsou samozřejmě patřičně zveličovány. Do tohoto narativu dále spadají i vyjádření politických a vojenských představitelů Ruska, kteří slibují Západu tvrdou odvetu za jakýkoliv potenciální útok (Manipulativní narativy o postavení Ruské Federace, n.d.). Jako další narativy můžeme identifikovat například ty, které hovoří o obnově Ruské geografické velikosti. Ty zdůrazňují potřebu obnovit Rusko jako velkou mocnost a chránit jeho kulturní a historické dědictví. Zdůrazňují také důležitost Ruska v rámci světových dějin. S tím je samozřejmě spojeno i adorování Ruských vojenských úspěchů v minulosti. Zejména vítězství ve Druhé světové válce (mimochodem dodnes označovaná jako Velká vlastenecká válka) – zde pozorujeme opět důležitost toho, jakými slovy je realita popisována. Účelem je posílení národní hrdosti a legitimizace současného válečného úsilí. V neposlední řadě se v jednom ze současných Ruských narativů – o fašistické Ukrajině – fašismus stává, v rámci Ruského narativu, nálepkou pro jakéhokoliv nepřítele. Doprovázen mohutnou dezinformační kampaní je tak šířen

názor, že Rusko v rámci “Speciální vojenské operace“ (jak pojmenovává agresivní invazi na Ukrajinu) bojuje za správnou věc při “denacifikaci Ukrajiny” (Mokryk, 2023). Takových dalších narativů, které jsou denně šířeny a v Rusku i ve světě posilovány, je velké množství. Jsou součástí plánu, dlouho a tiše vedené hybridní války Ruska proti nepřátelům s cílem rozsévat chaos a oslabovat důvěru jednotlivců ve stát (Smart, 2022; Alvarová, 2017).

2.5 Moderní propaganda

Propaganda se do doby svého moderního působení se svým historickým kontextem prodrala s vervou, v důsledku vývoje celé společenské situace. S vývojem sdělovacích prostředků (vznik masmédií), nových možností komunikačních kanálů i rychlosti, jakou v dnešní době může komunikace probíhat, se forma, účinnost i charakter propagandy razantně mění (Prokopová, 2014). Doba tzv. post-faktická nabízí nebyvale snadné možnosti přístupu k informacím, je však stále těžší vybrat z nepřehledného množství informací tu pravdivou. Oxfordský slovník definuje "postpravdu" jako stav, kdy emoce a osobní přesvědčení hrají v utváření veřejného mínění větší roli než objektivní fakta. Důraz je kladen na to, že předpona "post-" neznámá, že bychom se "vzdálili" od pravdy, ale spíše, že se fakta stávají méně důležitými oproti emočnímu dopadu. Z toho plyne, že fakta nejsou nutně popírána, spíše začíná nad fakty docházet k ideologické nadřazenosti (McIntyre, 2018). Na podhoubí této situace může promyšlená propaganda bujet a rašit. Její působiště se začátkem současného tisíciletí přesunulo téměř výhradně do online prostoru. Jak píše Benkler et al. (2018): “Tato nová "síťová propaganda" má stejné záměry jako starší formy (manipulace pro politické účely), ale využívá aspekty online ekosystému, které ji činí náchylnější k šíření zavádějících informací a zpráv.”⁴ (s.24)

Propaganda dneška se vyznačuje několika základními rysy, které ji činí účinnou v prostředí přehlceném informacemi. Klíčovým prvkem je použití expresivního a zábavného jazyka, který je bohatý na silné metafory a srozumitelná přirovnání. Cílem je, aby konzumenti museli vynaložit co nejmenší úsilí na pochopení sdělení. Realita je vnímána tak, jakým jazykem je popisována, což znamená, že jazyk formuje naše

⁴ “This new ‘network propaganda’ has the same intentions as older forms (manipulation for political ends) but uses aspects of the online ecosystem which make it more susceptible to the dissemination of misleading messages.”

vnímání světa. Přesně touto problematikou se zabývá obor psycholingvistiky – příkladem může být výzkum Sapir–Whorfovy hypotézy (Perlovsky, 2009).

Moderní propaganda využívá až apokalyptický a expresivní slovník. Úderné titulky, které jsou zarážející, přitažlivé, odhalující a skandální, mají za cíl okamžitě upoutat pozornost čtenářů. V současné době, zejména v online prostředí, probíhá neustálý boj o pozornost konzumenta. Schopnost zaujmout je klíčová a často je měřena algoritmy, které sledují, jak dlouho se uživatelé zabývají konkrétním obsahem. To vytváří analogii k ovlivnitelnosti, kde mají největší šanci šířit se rychle a široce nejatraktivnější a nejprovokativnější sdělení (Alvarová, 2017).

Moderní propaganda naplno vytěžuje svůj potenciál znalostí psychologických metodik a jejich působení. Provázanost a podobnost v působení je dle autora možné hledat také v porovnání s výzkumem konspiračních teorií, které se někdy mohou s působením propagandy prolínat, nebo i být její součástí (například konspirace o biologických laboratořích na Ukrajině a další). Zjištění z těchto výzkumů nám mohou přinést mnoho cenných poznatků. Prokazují, jaký psychologický benefit může přijetí víry v konspiraci pro jedince mít, což je analogií k tomu, jaký psychologický benefit může pro jedince mít víra v propagandistická tvrzení. Tyto studie hovoří například o tom, že konspiračním teoriím spíše podlehnou jedinci s nižší schopností analytického myšlení a s nižším stupněm vzdělání obecně (Douglas et al., 2017). K podobnému zjištění dochází i Pennycook et al. (2018) ve své studii dezinformací. Mezi další faktory zvýšené pravděpodobnosti víry v konspirační teorii se dá zařadit například vyšší míra úzkostlivosti a nižší míra kontroly nad svým životem (Douglas et al., 2017). Dalším zajímavým zjištěním je, že víra v konspirační teorie stimuluje v určitém pohledu víru ve vyšší smysl, což je psychologicky obohacující. Prostřednictvím toho mohou konzumenti konstruovat alternativní realitu, v níž jsou důležitými a legitimními aktéry, kteří se účastní určitého velkolepého narativu (Prooijen, 2022). Termín velkolepého narativu je zde záhodno přímo porovnat s tím, jak působí na vnímanou realitu propaganda (konkrétně Ruská), a lze najít shodu. Pokud jde o odolnost proti propagandě a dezinformacím, méně odolní jedinci mají tendenci vyhledávat jistoty a obtíže s přízpůsobením se změnám v reálném světě. Zde opět nacházíme podobnosti. Prooijen (2022) ve své studii identifikuje, že víra v konspirační teorie je spojena s nízkým sebevědomím. Dále se tato víra stává jakýmsi racionalizačním nástrojem usnadňujícím proces motivovaného uvažování. Ten dotyčným pomáhá ospravedlňovat vnitřní přesvědčení i chování (Prooijen, 2022).

Lidé s vyšší odolností vůči propagandě jsou obvykle schopnější a flexibilnější v reakci na nové informace. Je zde tendence hledat a kriticky zkoumat různé zdroje informací. Na druhé straně jedinci s nižší odolností mohou být náchylnější k manipulaci (Douglas et al., 2017), pokud je propaganda prezentována jako autoritativní a jednoduše pochopitelná (Alvarová, 2017).

Moderní propaganda je bez nadsázky zbraň. Je to také kreativní práce s pravdou. Šíření falešných informací, polopравd a lží je její exekutivou. Je to něco, o čem často ani nevíme, že na nás působí. Dobře se prodává a jednoduše se konzumuje. V hlavním působišti propagandy, jímž je dnes každému dostupný internet, je v kontextu zmíněné postfaktické doby opravdu těžké rozlišit, co pravda je a co není. Informace jsou k dispozici – zdarma a lehce. Moderní propagandisté znají slabá místa konzumentů. O tom, o čem bude podán popis v kapitole psychologických mechanismů, mají dobří propagandisté expertní povědomí a dokážou metodu a jazyk vlivu ušít přesně na míru každému z nás.

2.5 Shrnutí propagandy

V první kapitole bylo nastíněno, co je to propaganda. Byla definována pojmově, byl věnován prostor specifikům Ruské propagandy a bylo nastíněno, do jakého stádia propaganda ve svém působení dospěla. Ne nadarmo ji někteří autoři nazývají psychologickou válkou (Jowett & O'Donnell, 2019). O tom, co se za tím skrývá v kontextu lidského vnímání a chápání, bude řeč v následující kapitole.

3 PSYCHOLOGICKÉ ASPEKTY PROPAGANDY

Aby propaganda splnila svůj cíl, pracuje kromě nastíněných obsahově–logických prostředků také prostředky psychologickými. K jejich specifikům dávají dobré porozumění poznatky z disciplíny sociální i obecné psychologie. V této kapitole bude popsáno, za pomoci kterých psychologických procesů se dá hovořit o úspěšném utváření vjemu v důsledku propagandy. Každý takový proces bude v kapitole popsán. Podle autora práce je v této kapitole důležité popsat proces Persvaze. Persvaze toho má s propagandou mnoho společného, stejně jako v ní jde totiž o podsunutí, přijetí nového postoje. Ve své podstatě mají všechny následně popsané psychologické procesy za cíl

jedno a to samé – ovlivnit. Jakými způsoby je toho docíleno, bude popsáno v jednotlivých odstavcích.

Jak je známo, propaganda působí na myšlení a cítění člověka. Ne vždy je však na první pohled zjevné, kdy a jakým způsobem propaganda působí. Působení propagandy tak může být nepřímé a maskované, zatímco se může plíživě dostávat do našeho vědomí a nepřímo nás ovlivňovat. Není jednoznačné, jak lze tento jev ve specifických situacích odlišit od jiných sociálních jevů. Podle tohoto předpokladu můžeme narazit i na definici propagandy jako činnosti, která maskuje svůj původ a své motivy či obojí (Hemelík, 2008).

Jejím cílem je záměrně a systematicky řídit názory, nálady a postoje. “Záměrné” působení znamená pečlivé zvážení všech možností. Propaganda je předem důkladně promyšlená za účelem prosazení ideologie tou neúčinnější strategií a udržení výhodné pozice. “Systematické” označuje přesně a metodicky prováděnou akci s organizovanou pravidelností. Utváření vjemů značí lidskou vlastnost založenou na komplexním filozoficko-psychologickém podkladu. To je nesmírně důležité pro správné působení propagandy. Ta se o utváření vjemů se obvykle snaží prostřednictvím jazyka, obrazů, sloganů, plakátů, symbolů, a dokonce i architektonických struktur (Jowett & O’Donnell, 2019). Dle Hemelíka (2008): “Prostředky propagandy nejsou na prvním místě intelektuální, nýbrž spíše iracionální, citové a afektivní” (s.17). Na tomto základě tedy můžeme zkoumat jednotlivá specifika psychologických prostředků a ovlivňování.

3.1 Persvaze a vliv

Proces persvaze je jedním z pomyslných pilířů, na kterém úspěšné fungování propagandy stojí. Ačkoliv je evidentní, že při působení propagandy nejde o rovnocenný komunikační proces (cílový jedinec/skupina na ni přímo neodpovídá), zastřešuje persvaze pomyslně i další zmíněné procesy (jedná se o podsunutí obsahu) a stojí tak v centru našeho fokusu.

Samotný mechanismus persvaze je podle definice dynamický komunikační proces, který si klade za cíl ovlivnit druhé. Dva aktéři, přesvědčující a přesvědčovaný (popřípadě i masa přesvědčovaných) spolu komunikují pomocí verbálních i neverbálních kódů, jde o snahu přesvědčujícího podnítit změnu v postoji, vnímání nebo chování u přesvědčovaného. Přesvědčování je snazší, pakliže slibuje uspokojení potřeb. Přesvědčující zná potřeby cílového publika a oslovuje je (Jowett & O’Donnell, 2019).

Úspěšná přesvědčovací taktika je ta, která řídí a usměrňuje myšlenky tak, aby cíl přemýšlel způsobem vyhovujícím pohledu komunikujícího (Pratkanis & Aronson, 2002).

Při persvazi se dá využít rozmanitých řečnických technik. V první řadě jde o obsah projevu (včetně argumentace), dále jde o skladbu verbálních a neverbálních prostředků oslovujících rozum i cit (Hemelík, 2008). Rozebereme-li zde například agitační politický projev, můžeme v něm identifikovat prvky, které agitátor používá k získání svého obecnství. Tím dle E. Lotka (1999) je například používání eufemismů – nejednoznačné vyjadřování se snahou zakrýt pravou podstatu věci (například pojmenování protestu jako “společenský neklid”), dále je používání metafor – pojmenovávání skutečností například pomocí sportovní terminologie nebo emocionálně zabarvených hodnotících slov, sloganů a podobně.

Persvaze by nebyla možná bez existence postojů. To je jeden z hlavních předmětů zkoumání v rámci sociální psychologie a tento termín jako první použili W. J. Thomas a F. Znaniecki. Mít postoj ve zkratce znamená zaujmout vůči nějakému objektu (cokoliv od věci přes ideu po osobnosti) nějaké hodnotící stanovisko. Vyjádřeno slovy – může jít o naše mínění nebo přesvědčení. Většina současných autorů se shoduje, že každý postoj má 3 komponenty – kognitivní, konativní a emotivní. Postoj je také v čase relativně stabilní a odolný změnám (Nakonečný, 2009). Jak však dokládá tato práce, neplatí to výlučně.

3.1.1 Ovlivňovací techniky

Teoretickým expertem na poli persvaze je R. B. Cialdini. Ten ve svých knihách popisuje rozmanité přesvědčovací techniky. Jedná se například o sílu autority. To, jaké jsou možnosti ovlivnění jedinců jen skrze postavení – autoritu, dokládá již slavný experiment S. Milgrama z roku 1968. Experiment odhalil, jak těžké je vzepřít se žádosti výzkumníka v laboratorním plášti. Hlavním překvapivým závěrem byla zjištěná míra ochoty – poslušnosti dospělého jedince vykonat na žádost autority téměř cokoliv. To vede k dalšímu zamyšlení nad tím, co to znamená v kontextu jiných autorit – zejména politických. Jakmile existuje pozitivní zkušenost s tím, že se poslušnost k autoritě vyplácí, sklouzává k ní člověk automaticky (v tomto případě se může jednat i o nelogické požadavky) (Cialdini, 2023).

O podobném jevu mluví Helmík (2008) když popisuje sílu prestiže – ta dle něj patří k nejrozšířenějším způsobem iracionálního ovlivňování. Působí u cílových jedinců zvýšený obdiv, paralyzující schopnost kritického přemýšlení. Toho využívá propaganda nejrozmanitějším způsobem. Mnoho lidí přijímá názory na základě toho, kdo je vyjadřuje. Propagátor tedy musí vynaložit veškeré úsilí, aby k sobě získal významné osobnosti z různých oblastí vědy, umění a veřejného života. S tím souvisí i možnost využít psychologického jevu identifikace, kdy se propagátor snaží pomocí propagačních prostředků prezentovat vybrané vzory a hrdiny, kteří v očích dospělých jedinců působí dokonale a vyvolávají potřebu identifikace. Například, chce-li propagátor dosáhnout zvýšení šance na narukování do armády, představuje jim ideální vzory hrdinů–bojovníků. Pokud jde o zvýšení pracovní výkonnosti, vyobrazuje hrdiny–vzory, kteří jsou nadšeni prací a dosahují výborných výsledků. Podrobení se názorům takto významných vzorů je poté pro mnoho lidí velmi jednoduché (Hemelík, 2008).

3.1.2 Heuristické zpracování

Heuristické zpracování znamená postupy, které jsou součástí procesu lidského myšlení. Mají pro naše myšlení smysl v tom, že nám poskytují pravidla, na co konkrétně při řešení určitého problému nebo dilematu zaměřit pozornost. Jinými slovy, jsou to zkratky k rychlejší orientaci v problematice a nalezení rychlejších cest k řešení. Heuristiky snižují kognitivní úsilí na úkor přesnosti a správnosti nalezeného východiska (Plháková, 2023). Pratkanis & Aronson (2002) hovoří o heuristikách následovně: Heuristiky nejpravděpodobněji použijeme, když nemáme čas na pečlivé zvážení problému, nebo jsme zahlceni informacemi, které nedokážeme plně zpracovat, nebo si myslíme, že se nejedná o nic zásadního. K heuristikám sáhneme i tehdy, máme-li málo znalostí či informací pro racionální rozhodnutí, a také když nás při řešení problému napadne nějaká heuristika jako první. Stejní autoři hovoří o tom, že mechanismus heuristik je využíván k ovlivnění mínění například v situaci, kdy je k dosažení cíle (v tomto případě můžeme hovořit například o politickém prosazení nové lékařské reformy) využito nějaké autority, například obecně známého a uznávaného lékaře. Když veřejně vystoupí a podpoří zdravotnickou reformu, bude mít mnoho lidí tendenci tento názor přijmout bez hlubší analýzy, protože důvěřují odbornosti daného lékaře. To vše funguje na principu autoritativní heuristiky, protože je prokázáno, že lidé mají obecně tendenci důvěřovat a přijímat informace od autorit nebo odborníků (Pratkanis & Aronson, 2002).

Díky pokrokům moderních technologií se objemy na nás útočících informací neustále zvyšují. Tomu je potřeba se přizpůsobit a přizpůsobit i to, jakým způsobem se člověk rozhoduje. Ke konci tohoto odstavce shrňme, kdy se náš mentální aparát o mentální zkratky opírá. Stává se to v situaci, kdy je člověk vystaven příliš velkému množství informací, které není možné efektivně seřadit, natož si je zapamatovat. Z nich na nás mají vliv ty, které na nás zapůsobí tím, že je to nějaká bizarní nebo opakovaná informace, nebo je v souladu s předchozí zkušeností. V případě, že člověk ve sdělení nenalezne dostatek vhodných modelů a symbolů, tedy neexistuje vhodný mentální rámec pro jejich začlenění, to vede k těžkostem při zapamatování a snadnějšímu zvolení špatného řešení. V případě, že se člověk rozhoduje v časové tísní, jsou pravděpodobná rychlá a impulzivní rozhodnutí s preferencí informace, která potvrzuje již zavedené stávající přesvědčení (Cialdini, 2023).

3.2 Procesy učení

V obecné psychologii proces učení znamená osvojování si nových informací z prostředí. Víme však, že tyto procesy mohou probíhat záměrně a cíleně. Historicky, již od počátku minulého století, můžeme díky práci teoretiků jako byl například J. B. Watson skrze pochopení základních mechanismů učení určit, jak zlepšit efektivitu nějakého sdělení. Již první příručky k úspěšné reklamě založené na tomto teoretickém základě hovoří o využití behaviorálních principů, jako jsou například: opakování, intenzita, asociace a nápaditost. Na druhou stranu může osvojování nových zkušeností probíhat i bez našeho vědomí. Souvislosti nám o tomto fenoménu podaly práce psychoanalytiků, jejichž zaměřením byla právě sugesce a ovlivňování osobnosti skrze nevědomí (Pratkanis & Aronson, 2002). Nyní autor uvede pár ze základních mechanismů učení s příklady, jak jich využívá propaganda.

3.2.1 Klasické podmiňování

Klasické podmiňování je jeden ze základních procesů učení. Bylo objeveno I. P. Pavlovem a je ve zkratce definováno jako typ učení, při kterém se organismus učí spojovat neutrální podnět s výskytem posilujícího podnětu. To následně vede k tomu, že neutrální podnět začne vyvolávat naučenou reakci, která je podobná reakci vyvolané posilujícím podnětem (Plháková, 2023). Hraje důležitou roli v přijímání a utváření postoje. V následujícím příkladě se uplatňuje klasické podmiňování jako jeden ze

základních procesů učení. Utváření odezvy na persvazi je proces, při kterém se publikum učí spojovat určité podněty s určitými reakcemi. V kontextu propagandy lze chápat přesvědčovatele například jako "učitele" a publikum jako "studenty". Přesvědčovatel se snaží utvářet u publika požadované reakce. Odměňování kladných reakcí publika posiluje jeho vnímání sdělované informace a vytváří k němu pozitivní postoj. Pokud je tedy publikum za kladné reakce odměňováno, rozvíjí si pozitivní postoj k danému tématu. Přesvědčující osoba se snaží tyto pozitivní postoje dále posilovat a vyvolat silnější pozitivní reakce. Toho dále dosahuje tím, že motivuje publikum k vyjádření pozitivních postojů, například ke konkrétnímu chování. Jakmile je u publika pozitivním posilování utvořen nový názorový, postojový a hodnotový základ, je možné v nich vyvolat změnu reakce nebo chování (Jowett & O'Donnell, 2019).

3.2.2 Observační učení

Tento psychologický koncept popsán A. Bandurou je dnes přiřazován k základním druhům procesů učení. V kontextu propagandy má zajisté své místo. Jedná se o proces, při kterém se lidé učí novým dovednostem, novému chování a přijímání informací prostřednictvím pozorování chování druhých lidí a následného napodobování tohoto chování. Aby došlo k získání nového vzorce chování, zapojují se následující psychologické procesy: procesy pozornosti, procesy udržení vjemu, procesy motorické reprodukce a motivační procesy. Jestliže má pozorované chování nějakou zvláštní hodnotu pro pozorovatele, je mu věnována větší pozornost. To samé platí pro případ, že model (ten, který chování předvádí) je například považován za blízkého přítele, nebo jiným způsobem atraktivního, pozitivně hodnoceného jedince. To samé platí i v případě, že se pozorované chování vyskytuje například v televizi nebo na internetu (Bandura, 1986).

Propaganda ke svému působení velmi chytře používá konceptu observačního učení, příklad si lze vzít například z období 2. světové války. Válečné plakáty nebo i válečné filmy byly vyobrazením patriotického a hrdinského chování využívány k propagaci a podpoře válečného úsilí u veřejnosti. Pozornost byla získána například vyobrazením nějaké charismatické vůdčí osobnosti. Proces zapamatování byl docílen například tím, že byla tvář tohoto vůdce každý den otištěna do novin. Reprodukce chování bylo docíleno například tím, že byl vzor sám vyobrazen, jak se věnuje

dobrovolnictví. K naplnění motivace k žádoucímu chování sloužila pak například slíbená vidina odměny, sociálního začlenění, či jiného uspokojení, ke kterému jedinec skrze volní chování dospěl (Jowett & O'Donnell, 2019).

3.3 Emoce a cítění

Emoce jsou nesmírně komplikovaný proces. Když se podíváme na definici v učebnici obecné psychologie, již při čtení prvních řádku nám musí být jasné, že mezi emocemi a ovlivnitelností musí existovat určitá spojitost. Z výzkumů víme, že emoce mají veliký vliv na volní procesy. Informace, které jsou doprovázeny nějakou emoční odezvou, si například pamatujeme mnohem lépe, než ty, které ji nemají (McGaugh, 2013). Chce-li propagátor zaujmout a podnítit akci nebo získat někoho na svou stranu, doprovází svá sdělení citovým napětím (Hemelík, 2008). Příklad, jak emoce provázejí naše vnímání ve spojitosti se zmíněným pozitivním zpevněním (proces učení), uvádí Hemelík (2008). Řeč je zde o tom, jak například propaganda usiluje o ovlivňování vnímání významu slov a jejich konotací. Jedním z nástrojů je propojení daného slova s pozitivními emocemi a asociacemi. Častým opakováním asociace slova s pozitivními podněty se v myslích lidí vytvoří jakýsi podmíněný reflex. Například propaganda totalitního režimu se snaží vzbudit kladné emoce vůči slovu "vůdce". Toho dosahuje opakovaným vyobrazováním vůdce v pozitivním světle. K tomu využívá pozitivní slovní konotace jako například: moudrý, laskavý, ochránce lidu a spojováním jeho jména s pojmy prosperity a síly. V důsledku toho je pak u lidí sepnuta automatická pozitivní reakce při vyslechnutí slova "vůdce", i když by si jinak toto slovo nespojovali s ničím pozitivním. To následně znamená, že pouhé vyslechnutí slova vyvolá automatickou reakci v podobě pozitivních emocí. Ruku v ruce s tím jde i jazyková vybavenost a dramatizace silně citově přízvukovaného jazyka (Hemelík, 2008).

Spíše než emoce by však pro účely této diplomové práce bylo záhodno popsat cítění. To, jak se masa lidí cítí ohledně určitého objektu totiž propagandistické mechanismy velmi široce využívají. Veškeré prožívání má citovou komponentu. Obecně platí, že lidské citové projevy je možné popsat několika charakteristikami– trvání, intenzita a polarita (Plháková, 2023). K popisu cítění (konkrétně u Ruské národy) nejprve autor pohovoří o společné identitě.

Aby bylo možné pochopit, proč je v Ruské mentalitě tak silně zakořeněno určité specifické cítění a prožívání, věnuje autor nyní krátký odstavce popisu prožívání Ruské

identity. Je potřeba mít na paměti, že společná Ruská identita je velmi obsáhlé a samostatné téma, které by obsahově vydalo na další diplomovou práci. Zde bude popsáno pár základních specifik, které jsou dle autorova názoru důležité k pochopení toho, jak na nich může současná propaganda fungovat a co za pocity může v jednotlivcích vzbuzovat. Na začátek je potřeba se zaměřit na historický vývoj. Mezi následujícími těsně provázanými specifiky lze, dle domněnky autora, hledat opodstatnění k aktuálnímu prožívání identity, a tedy i vztahů u jednotlivce v Rusku.

Jedním z těchto důvodů je zajisté bohatá historická zkušenost Rusů s autokracií. Je to dáno historickými zkušenostmi tohoto národa s totalitním Sovětským režimem, ale i dřívějším carským Ruským impériem. Ačkoliv je Ruská federace formálně demokracií, nadpoloviční většina občanů při průzkumných šetřeních nebyla schopna tento koncept definovat (Hale, 2011). S tím souvisí i celkové porozumění politickým otázkám a pasivita, s jakou je k tomuto tématu přistupováno. S čím naopak Rusko má bohaté zkušenosti, jsou “silní lídři”. Dalším z důvodů je geopolitický obraz Ruska. Reprezentace velikosti dnešního kontrolovaného území i historické imperialistické expanze má silnou analogickou zakořeněnost v Ruské nátuře. Obrovské území, kterým Rusko v historii disponovalo, a jeho územní zisky vyvolávaly a vyvolávají pocit národní hrdosti (Matsehora, 2019). Poznamenána je Ruská nátura však i kolapsem Sovětského svazu, který mnoho občanů vedl k národnímu zklamání a rozpadu této ideje velikosti. Ruská geopolitika se tak stala ideologií. Tato ideologie také částečně určuje směr vývoje země, ospravedlňuje legitimitu nynějších imperialistických tendencí s konečným cílem obnovení statusu velmoci pro Rusko a s tím spojenou pomstu západním zemím (Ištok & Plavčanová, 2013). Mezi další důležité specifikum zakořeněné v Ruské nátuře je silná přílehlavost k Pravoslavné církvi. Ačkoliv to za časů Sovětského svazu neměla jednoduché, po jeho rozpadu získala silnou autoritativní pozici. V současné době nemůže být pochyb o tom, že se nejedná o autonomní instituci, ale že je přímo podřízena Ruské vládní ideologii. Hlavní idea Ruské pravoslavné církve je budování jakési “svaté země“. Cílem je vytvoření kolektivní pravoslavné identity (duchovní jednota všech Slovanů na základě historického a kulturního dědictví) s vysoce ortodoxními křesťanskými praktikami (Papkova & Gorenburg, 2011). Rusko samo sebe vnímá tedy jako ochránce tradičních hodnot. Není pochyb o tom, že jsou skrze Pravoslavnou církev v Rusku propagovány národní vládní cíle. Na základě tohoto ideového dědictví tedy mohou specificky působit faktory propagandy, které vzbuzují důvěru a libé pocity, a které ospravedlňují současné válečné úsilí. To, jak bylo základně

popsáno kontinuum prožívání Ruské identity dává dle autora vystoupit dvěma důležitým pocitům.

Pocit hrdosti je důležitou součástí emočního působení propagandy. Když byla popisována podoba Ruských narativů předávaných propagandistickým aparátem, bylo vzbuzování pocitu hrdosti a sounáležitosti jejich důležitá agenda. Jedním ze šířených Ruských narativů je ten o Rusku jako nepřekonatelné armádní velmoci. Zdůrazňování všech historických vojenských a diplomatických úspěchů je neustále opakováno a zdůrazňováno.

Druhým je pocit sounáležitosti. Skrze poznatky výzkumů na poli sociální psychologie víme, že je skupinová jednota silnou komponentou prožívání. Spojující identity (etnikum, národnost, politická či náboženská příslušnost) vedou k pocitu sounáležitosti (Cialdini, 2023). Je to jakési kolektivní vědomí toho, že lidé patří k sobě. Prožívání společné identity se tak stalo jednou z nejsilnějších karet Ruského propagandistického aparátu. Pocit jednoty je využíván propagandisty za účelem spojení proti společnému nepříteli – v tomto případě se jedná o Západ. Již zde byla řeč o Ruském narativu, který mluví o konstantním ohrožení Ruské svrchovanosti. To je samozřejmě součástí ideologické války vedené Ruskem. Pocit jednoty je podporován společným emočním cítěním, společnou národní identitou. Podobný fenomén – spojení se proti společnému nepříteli (nebo jednoduše jiné skupině) byl popsán ve studiích zabývajících se konspiračními teoriemi (Douglas et al., 2017).

Podporována je společná jednota i skrze společnou činnost, společné utrpení, prožívání, úspěchy a spolupráci, to vše podporuje pocit vzájemné jednoty. Jednoduše řečeno, propaganda v tomto případě dělí na “my” a “oni” a to je obrovskou hybnou silou v prožívání národní identity. Členové skupiny upřednostňují blaho své skupiny a vymezují se proti skupinám vnějším (Douglas et al., 2017). To dokládá i Hemelík (2008), dle něj jde propagátorovi o následující: “Cílem psychologické přípravy války není například pouze to, aby se vlastní obyvatelstvo přesvědčilo o hanebnosti protivníka. Stejně důležité je vyvolat v lidech takový stav napětí, aby vypuknutí války pociťovali jako úlevu.” (s.9).

3.4 Manipulace

Manipulace je jedním z dalších procesů, který je propagandou využíván k dosažení sledovaného cíle. Lze ji definovat jako záměrné ovlivňování druhé osobnosti

tak, aby jejich chování bylo v souladu s cílem manipulátora. Manipulovat lze i kontrolou a úpravou zpráv a informací podávaných veřejnosti. Jestliže propagátor ovládá technické prostředky působení propagandy, je schopen vytvořit iluzorní obraz světa. To zahrnuje jeho hodnocení a výklad, který není postaven na faktech, ale na nereálných představách, nebo dokonce na lži. Zkreslování zpráv je také důležité. Pokud se jedná o zprávu nepříznivou, je zmenšován její význam (stručné, neosobní, krátké podání zprávy). Od nepříznivých zpráv též propaganda systematicky odvádí pozornost. Děje se tak přirozeně i opačným směrem – příznivé zprávy jsou zveličovány, umisťovány na první místa, doprovázeny nadšenými komentáři (Hemelík, 2008).

Důležité je i působení na podvědomí. I když člověk vědomě vnímá zprávy jako jednostranné a kriticky je hodnotí, vjemy pronikají do podvědomí bez odporu. Tyto nevyvážené představy v podvědomí vytvářejí nálady, které iracionálně ovlivňují rozumové myšlení a podlamují kritickou odolnost. Propaganda tak působí i tehdy, když je rozumově odmítána. I proto jsou do propagandy investovány velké náklady a úsilí, zkušenosti propagátoři totiž vědí, že neviditelné změny v podvědomí ovlivní vědomé postoje lidí (Hemelík, 2008).

Jedním z dalších příkladů úpravy informací je tzv. Spin doctoring. To je manipulativní a lživá technika používaná v oblasti politické (a jiné) komunikace, jejímž cílem je prezentovat informace nebo události způsobem, který je pro danou osobu, organizaci nebo politickou stranu co nejpříznivější. Jde tedy o rétorické a terminologické zlehčování špatných zpráv. Za pomoci již zmíněných řečových technik je ovlivňován tok informací k minimalizaci negativních dopadů v určité situaci a odvádění pozornosti (Florek, 2017).

Dalším příkladem toho, jaké cesty si moderní působení propagandy našlo, může být objasnění teorie takzvané Reflexní kontroly. Tento termín byl prvně použit k popisu strategií psychologických operací vyvinutých v Rusku během studené války. Dle Thomase (2004): "Přístup reflexní kontroly je formou nelineárního boje, který je prostředkem, jak předat partnerovi nebo protivníkovi speciálně připravenou informaci, která ho nakloní k tomu, aby dobrovolně učinil předem stanovené rozhodnutí, které si iniciátor akce přeje"⁵ (s.237). Je to tedy metoda přinucení oponenta k přijetí specifických rozhodnutí pocházejícího od iniciátora akce. To vyžaduje profilování jedinců, aby bylo možné pochopit jejich morální a psychologické dispozice. To se

⁵ 'Means of conveying to a partner or an opponent specially prepared information to incline them to voluntarily make the predetermined decision desired by the initiator of the action'

provádí shromažďováním dat o jejich životopisu, zvycích a dalších. Cílem kontrolora je prosadit svou vůli nad cílovým jedincem nikoli tím, že mu řekne, co si má myslet, ale tím, že ovlivní jeho rozhodovací procesy a vnímání reality. Toho je dosaženo manipulací “filtru“, který cílový jedinec používá, což odkazuje na soubor konceptů, znalostí, myšlenek a zkušeností, skrze které činí rozhodnutí a rozlišuje mezi informacemi, které jsou užitečné/neuplatnitelné nebo pravdivé/nepravdivé. Strategické ovlivnění pak znamená využívání dezinformací a psychologických operací k ovlivňování vnímání reality a rozhodovacích procesů cílového jednotlivce (Thomas, 2004; Till, 2021).

Manipulovat s úsudkem člověka je lehčí, než si dovedeme představit. Nejlépe se tak děje, pakliže je ve sdělení nějaké zrnko pravdy, která souhlasí s naším přesvědčením – něco, co už jsme slyšeli a co je součástí nás (Alvarová, 2007). Propaganda musí být současně pravdivá i nepravdivá, aby nebyla odhalena ještě před tím, než dosáhne účinku. Těží tak z neschopnosti lidí oddělovat pravdu od lži. Proto lidé propagandu přijímají, i když o její pravdivosti ve skutečnosti pochybují. To vede nejprve k nejistotě a posléze k naplnění cíle propagandisty – lhostejnosti vůči pravdě (Hemelík, 2008).

3.5 Pozornost a opakování

Při propagačním šíření zpráv je základním předpokladem získání pozornosti. Na tom se shoduje více autorů. Základní pravidlo zní – chceme-li ovlivnit, musíme získat pozornost (Cialdini, 2016, Hemelík, 2008). V masové propagandě jsou nejúčinnější jednoduchá pozitivní tvrzení bez argumentů. Používají se jak v ekonomické, tak v politické propagandě, protože na ně veřejnost snadno reaguje. Tvrzení musejí být v jednoduchém jazyce, bez alternativ a detailů, které by vyvolaly pochybnosti. Musí být snadno pochopitelná i pro méně chápavé publikum (Hemelík, 2008). I popis úspěšné persvaze na prvním místě zdůrazňuje získání pozornosti.

Jak již bylo nastíněno, je opakování daného předmětu pro působení propagandy jeden z velmi důležitých psychologických procesů. O tom podal zprávu již R. Zajonc (1968), který popsal efekt pouhého vystavení. Dá se zkráceně popsat následovně: Efekt spočívá v tom, že lidé mají tendenci preferovat věci (jde o osoby, objekty, písně, obrazy atd.), které jsou jim více známé, i když se s nimi setkávají jen opakovaně, bez ohledu na jejich obsah. Jednoduché vystavení nějakému podnětu tedy zkrátka zvyšuje jeho oblíbenost (Zajonc, 1968). Toho propaganda opět velmi chytře využívá – zavádí

všudypřítomné symboly (například vlajky), jednoduché úderné slogany či hesla a také vizuální podněty (plakáty, kresby). Funguje tu mechanismus cykličnosti – účinná propaganda se zaměřuje na několik klíčových bodů, které opakuje tak dlouho, až si je každý zapamatuje (Hemelík, 2008). Sugestivním opakováním se vjemy dostanou do podvědomých struktur, takže po určitém čase, nám začne připadat, že už jsme je někde slyšeli – snaha vyvolat dojem, že to je již důvěrně známé. Opakování se rovná zvýšení šance na ovlivnění. Ostatně, jak pravil jeden z nejúspěšnějších propagandistů 20. století J. Goebbels – Stokrát opakovaná lež se stává pravdou (Florek, 2017).

3.6 Démonizace nepřátel

Jedním z důležitých aspektů propagandy je zveličovat nebezpečí hrozící od nepřátel politického režimu. Lze se zde bavit o emoci strachu. Vše se samozřejmě odehrává na pozadí informační války, kterou Rusko se západem vede. Narativy o fašistické Ukrajině a přítomnosti extremistických skupin na Ukrajině (pravicovní nacionalisté), speciální operace za účelem denacifikace Ukrajiny (Smart, 2022), západní idealismus, který je existenční hrozbou pro Rusko jako obránce tradičních hodnot i základny NATO, které jsou v blízkosti Ruských hranic (Manipulativní narativy o postavení Ruské Federace, n.d.), tím vším propaganda zasévá zrnka nenávisti a ustanovuje obecného nepřítele. Vzbuzuje tak vedle pocitů sounáležitosti i pocity strachu. Démonizace nepřátel je jeden z faktorů, který se shoduje se zjištěními z výzkumu konspiračních teorií. Zde jsou identifikovány sociální motivy, jako například touha někam patřit, a udržet si pozitivní obraz o sobě samém ve skupině a nakonec také pozitivní hodnocení sebe a členů skupiny, umožňující přepisování viny za negativní důsledky druhým. Jinými slovy, tímto prostřednictvím mohou lidé prokázat převahu své vlastní skupiny ve srovnání s jinými “konkurenčními” skupinami (Prooijen, 2022). Tedy i vnímání své skupiny v roli oběti bude spíše zesilovat přesvědčení o tom, že je to vinou jiné, silné skupiny (Douglas et al., 2017).

Démonizace nepřítele se odehrává i v kontextu pravoslavné religiozity. Nepřítelem je zde samotný multikulturalismus, globalismus, samozřejmě Islám, ale například i jakékoliv sexuální menšiny a cokoliv, co je v opozici k ideálu pevné tradiční rodiny (Nepovědomý, 2023). Na konec tohoto odstavce autor ještě zmíní, že aktuální výzkumy o autoritářství naznačují, že jev démonizace, který byl v tomto odstavci popisován, může být důsledkem socializačních i situačních faktorů. Zjednodušeně řečeno,

vnímání světa jako nebezpečného zasévá psychologické zárodky autoritářství. Snahou je poukázat na autoritářský vliv, který je vnímán jako škodlivý pro meziskupinové vztahy i širší společenské postoje (Osborne et al., 2023; Schnelle et al., 2021).

3.7 Shrnutí

Propaganda má v dnešních dnech široké pole působnosti. Stává se stále nenápadnější, propracovanější a vlivnější. Je nutné brát tento fenomén v potaz ve všech aspektech, se kterými se rozkládá napříč mnoha humanitními vědami. Tato diplomová práce si stanovila za cíl osvětlit psychologické aspekty propagandy, stejně jako jejich vliv na citění a prožívání. Shrňme nyní tedy co bylo zkoumáno. Bylo poukázáno na důležitost vlivu a byly popsány přesvědčovací techniky, kterými si člověk lépe osvojuje určitá tvrzení. Bylo poukázáno na opodstatnění z hlediska psychologických procesů učení, jak je možné si vědomě i nevědomě rychle osvojovat nové informace. Zkoumáno bylo též citění, prožívání identity a specifické rozpoložení, v němž se to Ruské nachází. Dále, do jaké míry hrají roli emoce, manipulace, pozornost a další psychologické procesy při utváření názoru. Na konec tohoto odstavce přidává autor citát, se kterým se ztotožňuje, a který hovoří o tom, co bylo v předchozích odstavcích popisováno. Dle Hemelíka (2008):

“Propaganda zneužívá iracionálních sil, citů a vášní, psychických automatismů a podmíněných reflexů k cílům, jichž by se jinak nedosáhlo. Vylučuje ve svých obětech to, čím je člověk člověkem, tj. intelekt a svobodnou vůli, užívá záměrně klamu, přetvářky, lichocení, různými psychickými mechanismy vnucuje své představy, znásilňuje mysl člověka sugestivními představami, uměle vyvolávanými city a zdeformovaným jazykem.” (s.35).

EMPIRICKÁ ČÁST

4 METODIKA

Tématem výzkumu bylo prozkoumání žité zkušenosti mladých Rusů s prožíváním rodinných vztahů pod vlivem propagandy. Vlivem aktuální geopolitické situace začalo mnoho z nich zakoušet změnu v prožívání těchto vztahů. Chápání situace je od svých blízkých ať už fyzicky, psychicky nebo obojím, odpojilo a oddálilo. Každý z oslovených respondentů se s touto situací musel nějak vypořádat. Problémem, který bude stát v centru naší výzkumné pozornosti bude to, jak fenomén propagandy dokáže prožívání vztahů ovlivňovat. Důraz bude také kladen na to, jak respondenti rozumí fenoménu propagandy, jak souvisí s prožíváním konkrétně v Rusku a jak tento mechanismus ovlivňuje jejich blízké. Jak bylo nastíněno v teoretické části, propaganda dokáže manipulativními metodami ovlivňovat postoje a chápání. Bylo tedy poměrně rychle stanoveno, že tato studie bude studií kvalitativního rázu, protože ten umožňuje do hloubky pochopit žitou zkušenost jednotlivců s možností následné interpretace. V empirické části bude nejprve definována zvolená metodika, dále bude vyslovena výzkumná otázka, doplněna o cíl výzkumu, bude též popsán výzkumný soubor, etická východiska tohoto výzkumu a konečně bude popsán proces sběru dat, proces analýzy dat a budou prezentovány výsledky analýz s popisy jednotlivých témat a podtémat.

Pro účel diplomové práce byla zvolena metoda Interpretativní fenomenologické analýzy (IPA). Tento metodický postup byl v podstatě určen okamžitě při rodící se myšlence uchopit toto téma v rámci diplomové práce. IPA má jasnou, přístupnou strukturu, opírající se o základy poznatků z přístupů fenomenologických a hermeneutických v kombinaci s přístupem idiografickým, který umožňuje zkoumat zkušenost konkrétního jedince v jeho specifických podmínkách a též umožňuje zachytit jedinečné aspekty jeho žité zkušenosti (Smith & Shinebourne, 2012). IPA je považována za kvalitativní přístup, který nabízí více prostoru pro kreativitu a svobodu ve výzkumném procesu než jiné kvalitativní metody. Je vhodnou metodou pro zkoumání kvalitativních dat za účelem popsání a interpretace, jak jednotlivci hodnotí své zkušenosti, a jaký význam jim přiřkládají (Řiháček et al., 2013).

4.1 Cíl a výzkumná otázka

Fokus v této části diplomové práce leží na fenoménu propagandy a pochopení toho, jak u respondentů modifikuje prožívání rodinných vztahů. Účelem a cílem je

zmapovat aktuální situaci, porozumět tomu, jak respondenti sami rozumí fenoménu propagandy, jak tato žitá zkušenost ovlivňuje jejich citění a jak ovlivňuje citění jejich blízkých.

Formulovány byly tyto 2 základní výzkumné otázky:

Jak mladí Rusové prožívají své rodinné vztahy?

Jak rozumí vývoji vztahů a změnám, které prožívání ovlivňují?

4.2 Výzkumný soubor

Dle Čermáka et al. (2013) je pro akademické diplomové práce doporučen vzorek 3 – 6 participantů. Byla aplikována metoda záměrného výběru – technika výběru vzorku, kde výzkumník vybírá účastníky na základě specifických vlastností nebo kritérií, které jsou relevantní pro studii. Tato metoda je často používána právě v kvalitativním výzkumu. Jeden respondent byl do vzorku přidán metodou “snowball” – technika výběru vzorku, kde původní účastníci studie doporučují další potenciální účastníky z řad svých známých nebo kontaktů (Gentles et al., 2015). Finální vzorek respondentů N=6, tvoří 4 ženy a 2 muži.

Co se týče homogenity vzorků a kritérií, byli do výzkumu osloveni ti respondenti, kteří se narodili v Rusku. Dále žijí nebo žili, studují, nebo studovali na území České Republiky, umí Česky a mají k České republice vztah. Dalším kritériem výběru bylo, že do prožívání jejich rodinných vztahů výrazněji zasáhla aktuální geopolitická situace – například je odřízla od možnosti snadného kontaktu. Kritérium, které bylo posléze naplněno náhodně, bylo, že se všichni respondenti pohybují nebo přímo pracují v sektoru umění.

Data jednotlivých respondentů jsou uvedena v Tabulce č. 2. Rozhovory byly realizovány v období od října 2023 do ledna 2024.

Tabulka č.2: Charakteristika výzkumného vzorku

Rozhovor	Respondent	Věk
1.	SOFIA	30-35
2.	TAISIA	25-30
3.	JURIJ	20-25
4.	ANASTASIA	25-30
5.	OLENA	25-30
6.	VIKTOR	30-35

4.3 Proces sběru dat

K sběru dat byla využita metoda polostrukturovaného hloubkového rozhovoru. Ten disponuje dostatečnou flexibilitou a je ke sběru dat metodou IPA doporučen (Smith et al., 2008). Polostrukturovaný rozhovor obsahuje schémata určující okruhy otázek, jejichž pořadí lze podle potřeby měnit a uzpůsobovat za účelem získání relevantních odpovědí od respondentů ve vztahu k výzkumné otázce. Polostrukturovaný rozhovor má také tu výhodu, že umožňuje hlouběji prozkoumat témata, která se během rozhovoru objeví, nebo která mají pro respondenta hlubší význam (Mioviský, 2006).

Schéma otázek (opora pro strukturu rozhovoru) bylo předem sestaveno na základě výzkumníkovy zkušenosti s tématem, rešerše literatury, poté bylo konzultováno s vedoucím diplomové práce, po prvním provedeném rozhovoru opět konzultováno a mírně revidováno. V rámci konstrukce dotazovacího schématu a reflexe výzkumného problému vykrytalizovaly 3 okruhy témat – 1. okruh aktuálního prožívání rodinných vztahů, 2. okruh porozumění fenoménu propagandy, 3. okruh porozumění zkušenosti blízkých se zasazením do citění a identity. Samotné rozhovory probíhaly ve 3 případech osobně a ve 3 případech formou online schůze. Při domlouvání všech rozhovorů bylo předem stanoveno časové schéma a byl zdůrazněn požadavek klidného prostředí. Všem respondentům byl s časovým předstihem před rozhovorem zaslán elektronickou formou informovaný souhlas za účelem detailního přezkoumání. Při osobních setkáních byl vždy informovaný souhlas ještě jednou, bod po bodu diskutován, byly zodpovězeny případné dotazy, a souhlas byl před samotným začátkem rozhovoru podepsán. Při online

setkáních byly ve dvou případech výzkumníkovi elektronicky podepsané souhlasy zaslány rovnou, v jednom případě tak bylo učiněno dodatečně po týdnu. Délka rozhovoru variovala okolo průměru 60 minut. Z každého setkání byl pořízen zvukový záznam za účelem zhotovení transkriptu pro následnou analýzu.

4.4 Proces analýzy dat

Při analýzách byly zpracovány doslovné přepisy rozhovorů. Struktura analýzy probíhala ve 4 fázích, respektive v 5 fázích – s první fází výzkumníkovy reflexe s tématem, dále přesně tak, jak doporučuje Řiháček et al. (2013): 1. Čtení a opakované čtení přepisu, 2. Počáteční poznámky a komentáře, 3. Rozvíjení vznikajících témat a 4. Hledání souvislostí napříč tématy. Každý z rozhovorů byl analyzován zvlášť. Byl opakovaně pročitán, poté opět opakovaně pročitán s vyznačením signifikantních míst, a poté opět pročitán se zapisováním prvotních a následujících komentářů. Poté byl vytvořen elektronický dokument se soupisem všech témat, která se během analýzy zrodila. Témata prošla mnoha revizemi a přeskupením, pracováno bylo nejen s výzkumníkovými poznámkami, ale bylo i nutné se vracet k přepisům a pro témata hledat oporu v datech. Posuzována nebyla pouze četnost, ale i vztah témat k výzkumné otázce. Vzniknuší témata byla konzultována s vedoucím práce a po uzavření analýzy bylo možné celý výzkumný proces opakovat u dalšího respondenta. V následné fázi, po vyhotovení analýz u všech respondentů, bylo možné od jednotlivých analýz odstoupit a začít s nacházením společných témat napříč všemi analýzami. Výsledek tohoto procesu je popsán v kapitole 5.

4.5 Reflexe vlastní zkušenosti s tématem

Vlastní předporozumění, výzkumníková reflexe s tématem, to je výchozí, nulový bod IPA analýzy. Během této reflexe je zkoumána vlastní motivace a vztah k tématu. Je i základem k budoucím interpretačním procesům (Řiháček et al., 2013).

Prvním důležitým aspektem byl při formování myšlenky o provedení výzkumu moment, kdy jsem se v rámci školního studia setkal s výzkumem konspiračních teorií. Porozumění tomu, co se skrývá za tímto unikátním druhem myšlení ve mně vzbudilo nečekaný zájem. S tím se začala formovat myšlenka kvalitativně uchopit výzkum fenoménu propagandy. Přispěly k tomu i bezprecedentní události 24. února roku 2022, které v nás všech, evropsky a demokraticky smýšlejících, zanechaly hluboký otřes. Ve

svém okolí mám však i jedince, kterých se tyto události dotkly daleko více a daleko hlouběji. Zmíněnými lidmi jsou mladí Rusové, kteří žijí v ČR. Jsou to ti, kteří smýšlejí podobně jako já, odmítají válku a odsuzují to, čeho se Rusko dopouští na Ukrajině. Osobní zkušenosti s politickým vlivem Ruska (potažmo Sovětského Svazu) jsou ve mně hluboce zakořeněné jako nesvobodné a perzekuuující. Můj dědeček byl sám za minulého režimu politickým vězněm. Začal jsem skrze běžné konverzace zjišťovat, že zkušenosti mladých Rusů se začátkem invaze na Ukrajinu zásadně vstoupily do jejich prožívání. Řeč je o odtržení od jejich rodin, odříznutí od jejich rodné země. Optikou mého výzkumného naladění jsem fenomén propagandy identifikoval jako jeden z těch důležitých, který začal prožívání konkrétně rodinných vztahů negativně ovlivňovat. Otázky tedy začaly vyvstávat. Výzkum toho, co jsou přesně aspekty, které přispívají a udržují vztahový odstup a tento "ideový rozpor", se v mých očích jevil jako zajímavý ve spojitosti s chutí vyzkoušet si kvalitativní analýzu, konkrétně metodu IPA. Další mojí motivací byla také snaha přiblížit psychické rozpoložení těch, kterým se studie na prožívání a dopady na duševní zdraví v mých očích tolik nevěnuje, ačkoliv je zjevné, jak důležitá životní zkušenost to pro ně je. V neposlední řadě vnímám jako důležité věnovat pozornost tomu, jakým způsobem konkrétně propaganda modifikuje prožívání lidské osobnosti. Porozumění tomu, co jsou z psychologického hlediska její mechanismy, a dále rozkrývání jejich manipulativních praktik může vést k obecnému porozumění a zlepšení schopnosti se před ní bránit.

4.6 Etika výzkumu

Etické aspekty tohoto výzkumu jsou velmi důležité. V rozhovorech jsme se dotýkali velmi osobních témat a prožitků týkajících se nejen respondentů, ale i jeho nejbližších. Ochrana bezpečí a důvěrnost mají v tomto výzkumu prioritu.

První podmínkou k správnému zajištění těchto podmínek je respondentovo seznámení se s podstatou informovaného souhlasu a jeho následným podepsáním. Ten zajistil objasnění výzkumného záměru, cíle i průběh sběru dat. Byl detailně probrán na začátku každého rozhovoru. Zdůrazněno bylo stoprocentní zachování anonymity při publikaci výsledků, dále možnost odstoupení od výzkumu do dvou týdnů bez udání důvodu, smazání nahrávky uskutečněných rozhovorů a v neposlední řadě i možnost neodpovídat na otázku při zvýšené citlivosti témat, nebo jakýchkoliv jiných pochybnostech. Z každého rozhovoru byl pořízen hlasový záznam, který byl po

vyhotovení transkriptu smazán. Každý z respondentů byl s podmínkami výzkumu seznámen a poté informovaný souhlas podepsal (viz. Příloha 2). Každý z respondentů byl uvědoměn o zpětné možnosti doplnění jakýchkoliv informací. Anonymizace údajů je pro tento výzkum esenciální. Ke správnému zajištění tohoto aspektu bylo tedy přistoupeno k tomu, že demografické údaje a dále veškeré profesní, příběhové i osobní proměnné byly pro účel ochrany respondentů citlivě pozměněny v části prezentace výsledků. Z toho samého důvodu a též i důvodu přímého přání některých z respondentů zůstanou plné přepisy nezveřejněny. Tento krok byl nezbytný, protože by citlivé detaily o respondentech a jejich rodinných příslušnících mohly vést k odhalení jejich identity.

5 VÝSLEDKY

V této kapitole se dostáváme k prezentaci výsledků samotného výzkumu. Odkrývá žitou zkušenost mladých Rusů s prožíváním rodinných vztahů s jejich blízkými, kteří jsou pod vlivem propagandy. Následně popsaná témata a podtémata vykryštovala z jednotlivých analýz a reprezentují výsledek výzkumného šetření provedeného k účelu této diplomové práce. Témata a podtémata jsou spolu navzájem provázána, jejich struktura je vyobrazena v Tabulce č.3. Každé hlavní téma a z toho vycházející podtémata budou představeny. Vše bude doplněno přímými citacemi od respondentů.

Tabulka č.3: *Ilustrace témat a podtémat*

Téma A OSOBNÍ PROŽÍVÁNÍ	Téma B CHÁPÁNÍ PROPAGANDY	Téma C RUSKÁ NÁTURA A CÍTĚNÍ
Podtéma vzdálení / chybění	Podtéma působení propagandy	Podtéma traumatických zkušeností a represí
Podtéma komunikace	Podtéma jazyka propagandy	Podtéma hrdosti



Téma A) TÉMA OSOBNÍHO PROŽÍVÁNÍ

Jako první, nejdůležitější téma, bude popsáno téma osobního prožívání. Stojí nejbližší k výzkumné otázce, proto byla tendence vytěžit z tohoto tématu nejvíce poznatků. Řeč bude hlavně o tom, jak respondenti prožívali ze své pozice Rusů žijících v Praze/Evropě začátek Ruské invaze na Ukrajinu. Jakým směrem se pro ně situace vyvíjela dál, na jaké těžkosti narazili, jak se s nimi vypořádali a jakým způsobem to ovlivnilo rodinné vztahy.

A.1 Podtéma vzdálení / chybění

Téma, které vykryštovalo jako první a rezonovalo u všech respondentů. Aktuální geopolitická situace utvořila respondentům v jejich prožívání propast. Jedná se nejen o propast fyzickou (čtyři z šesti mých respondentů mají své blízké – rodinu v Rusku), ale hlavně o propast psychickou. Řeč je o vzdálení, ustrnutí, utichnutí, vymístění rodiny. Bod začátku války byl pro všechny z nich extrémně těžké období. Toto podtéma je tak provázáno lítostí z toho, jak se situace vyvinula. Prožívání bylo názorovou rozděleností a vnímáním politické situace poznamenáno. Názor a subjektivní pravda, kterou každý z respondentů přijal za svou se neslučovala s tou, která panovala u jejich blízkých. Vztahy tak byly zpřetrhány, důvěra byla zraněna. Nastal čas nepochopení, kdy respondenti museli jít svou cestou. *“Já si myslím, že válkou se stalo to tak, že jsem se od té rodiny oddálila víceméně”* dokládá Sofia. Ačkoliv mnoho respondentů popisuje, že jejich vztahy nemusely být ideální ani předtím, začátek války jim zasadil těžkou ránu. Mnohým z mých respondentů kontakt chyběl a cítili lítost, že není šance se jednoduše vidět. Dětila je obrovská vzdálenost a jiné chápání hodnot a

světa. Často jim chyběla podpora, jsou tu odříznuti. *“Jakože občas mě napadne věc, že je to trochu smutný, že nemám jednoduchou možnost se uvidět.. ..Občas mě to zraňuje, že vlastně, mmm, nemám takovou možnost, emoční podpory od dospělejšího.”* říká Stázka. Viktor vypráví, jak začátek války způsobil, že si kvůli politické situaci přestali s rodiči tak moc rozumět, že je musel na čas úplně izolovat. *“..jsme se (...) odizolovali od těch rodičů a nechali je vlastně v tý samotě, tak třeba začali přemýšlet...() Vy se nechcete přizpůsobit tomu myšlení,..., co je pravda, dá se říct objektivně pravda... Jak ztratili vlastně nás, dá se říct, tak ty {...další lidi..} pro kterých,... ty jsou pro ně život, víš, (...) a najednou, jo, vezmem vám to a vy teď můžete přemýšlet, proč jsme vám to vzali.”* Jurij se musel od rodičů odstěhovat, nesnesl být v konfrontaci (týkající se politických názorů) se svými rodiči: *“Cítil jsem, že potřebuji něco jiného,... byl to bod zlomu, kdy jsem se po několika měsících odstěhoval od rodičů.”* Situace je pro respondenty o to těžší, že vyprávějí, jak své rodiče a blízké milují, a jak je tedy odříznout nedokážou. Často k nim mají veliký respekt. Je zde budována snaha se i přes nesrovnalosti nějak kontaktovat, udržet alespoň určitou základní formu vztahu. *“...snažili nějak diskutovat, ale tak jsem je odřízla, ale (...) odříznut nemůžu, protože já ho miluju a vlastně já jsem vždycky vlastně myslím, že to, že i to, co on říkal, že to opravdu prostě omyl”* dodává k tomu Taisia. *“Tvoje představy nefunguje s mýma, tak já tě nebudu odepisovat, pořád jsi pro mě hlavně rodič a dal jsi mi život, vychoval jsi mě.”* popisuje Viktor. Je patrné, jak náročné muselo být se na tuto náhlou změnu v prožívání adaptovat. Ačkoliv byl začátek války velmi tíživý a zmatený, relativně rychle začaly být vlivem fungování propagandy u osob blízkých respondentů patrné názory a hodnoty podobné Ruským narativům. To konflikty a oddalování ještě více prohloubilo. Více respondentů navíc popisuje, že toto se neděje jen jim, ale že znají spousty kamarádů ve stejných situacích. Například Jurij vypráví: *“Zbytečná věc, která, ... která jako zlomila spoustu rodinných vztahů, lidi se opravdu přestali bavit se svými dětma kvůli tomu, že mají jiný názor, na to.”* Že to ovlivňuje a ničí i partnerské vztahy, to mi vypráví Olena: *“..že její manžel se úplně dostal do depresii, a oni se málem rozešli, jako fakt měli jako hroznou krizi.”*

Jinou zkušenost s tématem jako celkem má jediný z respondentů v tomto výzkumu – Olena. Její rodiče jsou otevřeni jejím názorům, adaptují je a berou za své. Neutekli do narativů Ruské propagandy, nevzali je za svou pravdu jako například blízcí Sofie, Taisie, Jurije nebo Viktora. *“Já hodně cestuju víš, prostě, já furt hodně lítám prostě, nevím do (...) a všude žejo a jim to vyprávím a oni to prostě vidí.”* (Olena).

A.2 Podtéma komunikace

Toto je důležité podtéma, které souvisí se změnou v prožívání. V tomto podtématu se pravděpodobně nejvíce projevila změna prožívání s blízkými. Komunikace ve většině případů utichla, vychladla. Začátek války byl informačně nejistý, zmatený. Nebylo jasné, kam se informačně ukotvit. Dobře to popisuje Jurij: *“..nevěděli,.. na jakoby, na jakou stranu jít. No a nakonec bohužel televize vyhrála, teda nejenom televize ale vlastně i zprávy.”* Propagandistický aparát pak začal pracovat a získávat blízké respondentů na svou stranu. Výsledkem bylo, že se o některých tématech, zejména o těch politických, museli úplně přestat bavit. Některá témata se stala tabu, ačkoliv by respondenti rádi tato témata sdíleli. Jak vypráví Taisia: *“Prostě to bylo jako tabu, i když já se snažila a mně se o tom strašně chtělo s ní mluvit, tak jsme se spíš hádali.”* Většina politických konverzací tak skončila nesmyslnými hádkami. Pro více respondentů bylo tématem také to, že se pokoušeli konverzace navazovat a hledat s blízkými objektivní pravdu. Popisují, že však promarnili tolik energie, že to ve většině případů museli vzdát. Nešlo to jinak. *“Já utratila hodně času a hodně energie a vlastně emocionální energie, abych nějak (...někomu..) změnila názor, ale upřímně řečeno pak už jsem byla dospělá a (...někdo..) má taky právo si myslet co chce, tak jsem spíš vybrala strategii, pojďme se bavit o něčem jiném.”* (Taisia). Sofia vůbec nemohla pochopit, proč na tom tak záleží, když je přece hlavní to, že jsme blízké osoby. Proč nás tento fakt tak rozděluje? *“A já jako vůbec nepochopila, jak je možné, že se se mnou hádáš kvůli tomu, že máme jiné názory.”* Mnoho z respondentů popisuje, jak nešlo absolutně přesvědčit druhou stranu o tom, že nemá pravdu, jak se komunikace stávala více a více bezesmyslná a nikam nevedla. S tím má mnoho zkušeností Jurij. *“Cejtíl jsem že prostě každá další konverzace, taková jako hlubší o tý politice nebo o něčem, tak to je další challenge, a hrozně těžkej.”* Názorová “zabedněnost” je patrná v komunikaci mnoha respondentů se svými blízkými *“...prostě jsem nemohla investovat do toho energie, jsem to zkusila párkrát a pochopila jsem, že to nejde, ale některý (...kamarádi..) já nevím, volají nebo potkávají a nějak hodně o tom mluvit, ale to prostě nejde.”* (Taisia).

Viktor ji například vnímá jako jednu z největších těžkostí, co se aktuálně v prožívání vyskytuje. *“Hodně, hodně, práce, hodně komunikace, abys někoho fakt přesvědčil, že jo, bohužel ses zmýlil tady Donést komunikaci na tu úroveň, aby ty starší lidi tě začali vnímat a chápat, jak to říkáš, jak to formuješ, jak to myslíš.”* Je velice těžké přizpůsobit komunikaci nebo se s rodiči hádat. Respondenti popisují, jak argumentačně často nedostačují, protože se o politiku tolik nezajímají. Jurij vysvětluje:

“Když jsem se o tom začal bavit s rodičema tak...Nemohl jsem je přesvědčit, protože...Třeba (...), se o to zajímá mnohem víc.” To souvisí ještě s tím, že mají rodiče a obecně starší lidé v Ruské společnosti respektu se těšící postavení, a tím pádem i jakýsi “patent“ na pravdu, jak bude popsáno později.

S tím, jaká panovala názorová rozdělenost, utichlo i sdílení zážitků z běžných životů. Komunikace se pro mnoho respondentů stala povrchní činností, jen aby udrželi kontakt. Z konverzací mnoha respondentů se úplně vytratil aspekt sdílení životů a prožívání. Jak vypráví třeba Sofia: *“A tak jako jinak sdílet svůj život jsme si asi tak nezvykli. Protože ta komunikace v rodině nefunguje se bavíme jenom, jakože o rodině, jak se mají, co dělají, jako že každodenní život.”* Změnu v komunikaci popisuje i Stázka. *“V nějakou chvíli, když jsme si moc nerozuměli s tou rodinou a (...) tak já jsem přestala o tom bavit, jako o všech věcech co děláme.”* Popisuje i to, že některá témata musela sama v sobě “zamknout” a chránit. Věděla, že by vedla jen k hádkám a nepříjemným prožitkům. *“Já jsem ukřývala, že se to stalo, protože jsem nechtěla jako jít do těch rozhovorů nějakých nepříjemných, ve kterých jsem jsem viděla, že každopádně jako k ničemu nepřijdeme společně.”* Celkově se komunikace v rodinách staly neproduktivními, nefunkčními. Někdy působila až strach. Jisté však je, že zde panuje jakési prázdno, nenaplněnost. To v určitý moment pocítili všichni respondenti. Někteří to vnímají jako přirozené vyústění situace, některým sdílení velmi chybí. *“My se o tom stále moc nebavíme. Možná to bylo takové vzájemné rozhodnutí, neverbální.”* (Stázka). *“Oni taky mají na své straně, že se mnou ten kontakt ztratit nechtějí, ale taky cítím z jejich strany, že oni jako kdyby se báli, že já prostě tyhle témata otevřu.”* (Sofia).

Zajímavou zkušenost měla později s komunikací Taisia. Od nejtěžšího momentu – začátku války již uběhl nějaký čas a proto se i komunikace respondentů s blízkými nějakým způsobem vyvíjí. Taisia s jedním ze svých blízkých, který prošel názorovým obratem, najednou našla společnou řeč: *“a to mně přišlo, wow, to najednou, jako můžeme s ní mít nějaké takové diskuze, vlastně mi to přišlo zajímavé, že (...) je otevřen o tom mluvit.”* Je za to velmi vděčná. Někjaký pozitivní vývoj je po čase vidět i u dalších respondentů. Je zde vidět pokrok a snaha obou stran se k sobě po čase opět přibližovat. Mluví o tom třeba Viktor: *“Asi jsem nacházel fakt nějaký cesty i dodat jim tu informaci neagresivně.”* Z původních hádek a izolací se najednou dostáváme do bodu, kdy vidíme něco, co k sobě obě strany přibližuje. *“Ta politika je pořád v našem vztahu nějak jako,.. ale snažíme se to fakt izolovat, ... že jsme se tak naučili tolerovat tyhle věci a je možnost naslouchat, ..doufám.”* říká Viktor. Podobnou zkušenost má i Jurij: *“Už je jako trošku i*

k dobrým způsobům, že už jsou tam nějaké hranice. A myslím, že to je jako... Myslím se hlavně tím, že jsem dospělejší, tak se s nimi nebavím tak jako dřív.” Sofia zase popisuje, jak strašně dlouho trvalo, než byla schopna opět si zavolat s rodinou: *“To pomalým krokem a nějakým, že prostě jsme si začali psát, myslím. Rok jsme si nevolali, jenom psali. ...”*

Nějaká naděje na zlepšení tedy občas vysvitne. Zlepšení však není znatelné u všech, zvláště u těch, kteří mají své rodiny a blízké v Rusku.

A.3 Podtéma strachu

Emoce strachu je cítit na mnoha místech v rozhovoru. Má pomyslně dva úhly pohledu, dvě roviny, skrze které o nich nyní bude řeč. Jedna, kterou respondenti vnímají sami za sebe. Je tam rovina osobního strachu. Patrné je to u Jurije – ten popisuje, že se občas bál s rodiči mluvit. *“Já mám občas strach z konverzací, která se týká politiky...”* On sám dále velmi vnímá příběhy svých kamarádů. Popisuje mi, že některé rodiny se třeba svých dětí kvůli takovému názorovému rozkolu úplně vzdaly. V jeden moment to pro něj bylo dost tíživé. *Najednou jsem měl strach,.. Co když tohle se stane mně, že by to mohlo zajít takhle daleko.”*

Kde je však strach ještě více patrný, je na druhé straně, u blízkých respondentů. Jak bylo nastíněno, začátek války bylo pro všechny nesmírně těžké období. Strach bylo znát v rodinném klimatu. Byl cítit, když si spolu povídali, zastínil jejich přemýšlení. Například když Sofia mluví o tom, čemu se věnovala v Praze, že její blízcí to vnímali jako nějaké nebezpečí pro jejich vlastní životy v Rusku. Potlačovali v ní jakoukoliv veřejnou aktivitu. *“..to nesmím dělat a tak dále, ale prostě mi říkal, že musím být opatrnější a to nevztahuje se jenom jakože na mě, ale se vztahuje i na celou rodinu.”* Je zde patrný strach jejich blízkých, který ale není namířen proti konkrétnímu objektu, ale je to nějaký jejich výchozí stav. Sofia chtěla v jeden moment zdokumentovat příběh jednoho svého blízkého. *“..když jako mně se svěří, že to budeme nahrávat tak to prostě může mít dopad na práce (..někoho..) , práce (...někoho..) prostě pak na celou tu rodinu i na mě”* Je to strach z nějaké veřejné aktivity. Strach, který je navíc protká nsvobodou. Více z respondentů dává projevy strachu ze strany jejich blízkých do kontextu s prožíváním Ruské natury a pozůstatků nsvobodných praktik minulého režimu. Sofia o tom přemýšlí takto: *“To právě jde ještě od toho stalinského teroru, .. represe, prostě tyhle věci, které,.. asi už jsou nějak v našich DNA, že prostě ty lidi něco cítí,.. a tak nsvobodné kvůli tomu strachu.”* Velmi podobně o tom mluví i Olena: *“Oni*

se bojí něco měnit, aby se nestalo zase to, že prostě se vrátit do těch 90. let, kdy prostě jako nemohli dostat jídlo, neměli peníze...” Je patrné, že tento strach navíc vede i k pasivitě, o té bude řeč ještě později. Celý tento systém strachu, pozůstatky mentality z dřívějšího režimu, pak trefně shrnuje Stázka: *“To je prostě nezdravá psychika, která je potřeba vyléčit.”*

Zkušenost se strachem svých blízkých má i Jurij. Jde zde o strach, že jeho blízcí jsou Rusové v cizí zemi. Je to pocit strachu smíšený i s paranoiou: *“Že se pořád mluví o tom, že se musí ze sebe musíme postavit a tohoto a tohoto. A Najednou se oni začínají bát a nemůžou se postavit za sebe. Skoro přemýšleli o tom, že se přestěhují zpět do Ruska. Potom co tu (...) udělali toho spoustu. A také, velkou roli hrálo to, že jsou tady, ale taky se báli, že jim někdo něco udělá. Jako toho náladu jsem také cítil.”* Jurij ještě, co se týče pocitu strachu vzpomíná: *“...slyšel jsem spoustu jakoby věcí v metru, nebo v autobusu. Jak někdo najednou začne říkat, že by Rusy zabíjel, nebo něco takového, a to jsem jel jenom busem. Pak spolužačce (Rusce) taky rozbili (předmět).”* O něčem podobném mluví i Viktor. Ten vypráví, jak mají někteří Rusové stále problém s integrací. Je to nějaký pocit nejistoty, nebezpečí, nedůvěry, který prožívá Rus v cizí zemi. *“Za těch xx let, jsou tam, nejsou jako vítání nebo integrování.”* Viktor pak zajímavě přibližuje svůj názor, že pro mnohé z nich musí být tedy logickým zmírněním strachu to, že najdou útočiště v televizi. Je to něco, co nepříjemnou emoci strachu zmírňuje. Viktor popisuje: *“V té Ruské televizi, oni našli strašný útočiště. Že takový komfort, v něčem.. A takováhle prostě ty jejich traumata, které oni zažili kvůli nějaké,(...) ., nebo takový strašně našli útočiště v tom, ta televize,... nějaké spojitko pro nás, takže ta informace, která je masírovala, na ně vlastně strašně dobře fungovala.”* O něčem podobném mluví i Jurij. *“Nevěděli,.. na jakoby na jakou stranu jít. No a nakonec bohužel televize vyhrála, teda jenom televize ale vlastně i zprávy.”* Televize funguje jako pojítka k vlasti. Je to pro Rusy v zahraničí útěcha a útočiště. Strach z okolí hraje v prožívání rozhodně důležitou roli, respondenti ho na mnoha místech u svých blízkých zachycují.

A.4 Podtéma prožívání začátku Ruské invaze na Ukrajinu

Jak bylo již nastíněno, prožívání začátku války byla pro všechny respondenty velmi náročná a tíživá zkušenost. Každý to prožíval po svém, každého to nějak poznamenalo. Byl to tíživý stav i pro všechny jejich blízké, zpočátku nikdo nevěděl, co si má myslet. Někteří popisují, že to byl informační chaos, dlouho v komunikaci se

svými blízkými chodili kolem horké kaše. Jiní se psychicky dostali na velmi špatná místa. Mělo to veliký vliv na jejich pracovní život. Mnoho z nich najednou nevidělo v kontextu toho, co se děje ve světě, smysl v tom, co dělají. Pro mnoho z nich toto byl klíčový moment, kdy se začali prožíváním vztahů vzdalovat od svých blízkých, zvláště to platí pro ty, kteří mají své blízké v Rusku. Propagandistický aparát v Rusku byl na tento moment dobře připraven a začal pod svá křídla brát všechny tápající a nejisté. To zvětšovalo pomyslnou vztahovou propast a odpojovalo od prožívání. První dny po začátku invaze mnoho z respondentů popisuje jako vůbec nejhorší. Byli paralyzováni, zmítali se v záplavách drásajících zpráv z Ukrajiny. Stázka po několika dnech usoudila, že musí zabrzdit: *“Já se musím nějak jako zabrzdit, protože ten nervózní stav mě zabije rychleji.”* Pak pokračuje, že její stav dospěl na samé dno. *“Každý den jsem postřehla to, že mě se nějak nechce žít, že já bych ráda ted’ nějak prostě přestala existovat.”* Podobně extrémně to vnímá i Jurij: *“Ten začátek války byl úplně šílený. Nemohl jsem se z toho dostat a skoro každý den jsem byl na špatném místě. Jako psychicky.”* On sám si myslel, že začátek války bude jakýmsi budíčkem pro jeho blízké, princip války by se měl přece odmítat. *“A potom, když začala (válka), tak to bylo jasné, že už to je lež a oni o tom mluvili, Tak sem si říkal, že ted’ je možná konečně ten čas, kdy si to uvědomí.”* Místo toho se pak ve strachu uchýlili k televizi. Stejně zdrcen byl i Viktor, ten kromě toho prožíval i ztrátu svých kamarádů: *“..já jsem byl strašně zdrcený z toho, šíleně. ... (přemýšlí) Jsem sledoval pořad neustále, byl jsem z toho v p*deli, hodně kamarádu mi umřelo.”*

Dále respondenti mluví o bezesmyslnosti a bezmoci. Nemohou s touto situací vůbec nic udělat a sledování zpráv také vůbec nepomáhalo. Topili se v pochybnostech. Například Olena vzpomíná: *“Byla jsem tím zahlcená, nemohla jsem spát, já si myslím, že jsem prožila takový fakt, že jsem byla jako z toho na dně jako psychicky a vlastně jsem nevěděla.. ..že to, co já vůbec dělám a jestli to mám dělat a v nějakou chvíli prostě jsem si říkala, ty v*le.... jak to prostě nemá vůbec žádný smysl.”* Prožívání začátku války se neslo v duchu zmateného a úzkostného stavu. Nebylo zároveň možné se spolehnout na podporu od svých blízkých, ti byli často též ve špatných psychických stavech. Nedostatek podpory popisuje Stázka: *“Já jsem to prostě napsala (...), že to se mi stalo a ona na to nijak nezareagovala žádným způsobem.”* Taisia zase popisuje jakou cítila bezmoc: *“..já nemůžu s tím nic dělat, já vůbec nemám žádný plán, koukám na ty zprávy a furt je to horší a horší možná jen jednou jsem opravdu cítila, že jsem pomohla, ale jinak vlastně jsem s tím nic neudělala.”*

Začátek války byl pro prožívání všech respondentů těžkou zkouškou a zlomovým bodem. Od tohoto bodu vnímali, jako by se jejich cesty s blízkými pomyslně oddělily. Některým se poštěstilo se po čase znovu sblížit, jiní se o to stále snaží. Na konec odstavce nutno podotknout, že je v této kapitole popisován moment, od kterého uplynulo již mnoho času, a proto se proces prožívání již mnohým změnil.

A.5 Podtéma prožívání vlastní Ruské identity

V tomto podtématu bude řeč o tom, jak dopadla změna geopolitické situace na některé respondenty v kontextu prožívání jejich národnosti. I to mělo totiž u některých vliv na jejich prožívání. Samotný fakt toho, že pocházejí z Ruska, způsobuje některým respondentům ve vnímání tíživé zážitky. Všichni respondenti, se kterými jsem dělal rozhovor, umí velmi dobře česky. Někteří z nich mi však vysvětlují, jak v některých situacích nechtějí prozradit, odkud ve skutečnosti jsou, protože to okamžitě vede k následným otázkám a často to úplně ničí diskuze. Tak to prožívá třeba Jurij: *“Mě nebaví furt to spojovat a pořád někomu vysvětlovat, že seš proti (válce)... Máš pocit, že to je nebezpečný říkat, že jsi Rus. Máš takový razítko na sobě, že seš Rus.”* Zmiňuje, že je v České republice, s jejím historickým kontextem, občas obzvlášť komplikované se veřejně hlásit ke své identitě. S tím je úzce propojeno i podtéma strachu, které bylo popsáno o pár odstavců výše. Důvody nepříjemnosti spojené s identitou se tímto způsobem snaží chápat u svých blízkých třeba Viktor. *“...nejsou jako vítání nebo integrování.”* Jurij dále popisuje lítost nad tím, že si většina lidí vůbec neuvědomuje, jak to například on prožívá. *“A je to taková tvrdá nenávisť vůči Rusům... Na jednu stranu to chápu, na druhou stranu, to nemůže být prostě příjemný.”*

Jinak to vidí Olena. Podle ní není důvod, proč by se měla stydět za to, že je z Ruska. Sebevědomě a suverénně popisuje: *“A mě to s*re (směje se). Já jsem svobodný člověk, proč nemůžu, když já nevodím nikomu, já nikdy nemůžu mluvit nahlas, že? Prostě normálně se bavít rusky, jak to děláme doma, proč bych to nemohla dělat, že? Já vím, že když mluvíme prostě Rusky v tramvaji, tak prostě ty pohledy jsou... někdo se otočí, se podívá. Když mluvíme rusky kdekoliv v {na západě}, tak všem je u p*dele úplně.”* Popisuje opět specifičnost prostředí České republiky. Popisuje nějaký obecný princip ostražitosti, který teď vlivem války panuje. Mluví o tom, že to vnímá velmi často – to, že je Ruska, ovlivňuje její každodenní život. *“Jako furt někde v pozadí tahleta otázka a co když jsem Ruska...”*

Zajímavou a určitě neméně tíživou komponentou v tomto prožívání je dále prožívání pocitu viny. Viny za konání svého národa značí dle mého názoru tu nejvyšší míru citlivosti. Ten v rozhovorech zmiňují Sofía “...*bude asi trvat dýl, si uvědomit nějak svou identitu, protože pro mě to byl takový velký životní převrat. V tomto stavu. ... mm. Cítím se vina....*”, Taisia: “*hned nějak svůj život změnit, nevím, že teď budu (.....) a tak, ale já taky mám pocit viny.*” a Olena: “*A já jako v něčem jako by za to můžu Já jsem také hodně prožívala ten pocit, že je to i moje vina.*” Vykrytalizoval z toho u Oleny ke konci i nějaký pocit lítosti, který cítí ke své rodné zemi. “*Ježíš Maria, ..., mně je strašně líto prostě týhle tý země A to, že hodně jako lidí, které nějak jako přemýšlí, inteligentní a talentovaní se odstěhovali z Ruska Takže tam prostě nezůstala nějaká ta síla, která by mohla nějak tu země posouvat dál po skončení konfliktu.*”

Lze z těchto odstavců vyčíst, že všichni respondenti, kteří aktuálně v Česku žijí, nějakým způsobem v sobě Ruskou identitu v kontextu světového dění vnímají a není to vždy pozitivně.

Téma B) TÉMA CHÁPÁNÍ PROPAGANDY

Od tématu prožívání se přesuneme k popisu výsledků analýz ve druhém hlavním tématu – tématu chápání propagandy. Subjektivně se jednalo o důležité téma. Je to z toho důvodu, že právě fenomén propagandy často přispíval ke změnám, které v prožívání vztahů u respondentů nastaly. Každý z respondentů má ve svém blízkém okolí někoho, koho označil za ovlivněného propagandou. V kontextu toho bylo zjišťováno, co přesně jsou hlavní faktory změny prožívání. Dále bylo zjišťováno, jak sami respondenti rozumí fenoménu propagandy, a čím v kontextu Ruské identity přispívá propaganda k různým proměnným v prožívání.

B.1 Podtéma působení propagandy

V tomto podtématu je respondenty popsáno, jak na ně samotné a na jejich blízké propaganda působí. Byla řeč o tom, jaké zkušenosti mají oni sami s tím, že na ně propaganda někdy působila. Během rozhovorů byla snaha dále podchytit a identifikovat ty mechanismy, které mají v propagandě dle respondentů tu největší ovlivňovací moc. Dále, co tato moc znamená a čím se promítá do vztahu s jejich blízkými. Již byla řeč o tom, že pro blízké Viktora a Jurije například televize znamená útočiště. Je to nějaký komfort, nějaké pojítko, které snižuje pocit osamění, pocit strachu. Připomeňme, co

naznačoval Viktor: *“V té Ruské televizi, oni našli strašný útočiště. Že takový komfort, v něčem..”* Když zůstaneme u prostředků televize, tak o tom velmi zajímavě vypráví Jurij. *“To je ten hlavní problém, oni to dělají tak, že je to zábavné ... Máš pocit, že se na to koukáme jako na reálný život a ne jako na seriál nebo příběh.”* Mluví o tom, že je působení propagandy skrz televizi skryté v zábavných pořadech. Udělali z toho jakýsi seriál, který konzumenta chytne a nepustí. *“...Že z toho udělali normálně seriál. Reálně. Když se do toho dostaneš, chceš přijít domů a poslouchat, jak se o tom mluví, jak se to rozvíjí.”* Zároveň propagandu vnímá jako nějakou vnitřní nepříjemnost. Začalo mu z toho postupem času být psychicky i fyzicky špatně. *“Vždycky, když jsem slyšel, že je zapnutá televize, tak mně bylo prostě špatně,”* Podobnou optikou se na propagandu dívá Stázka. Vidí to jako nějaký vnitřní iracionální tlak. *“Uvědomila jsem si nějakých věcí, co já mám v hlavě, jako podvědomě, které se jenom takhle usadily jako prach po nějakém výbuchu, ... a vlastně nebyla to moje vůle to mít.”* Zajímavě poté dál rozvádí, jak propaganda funguje a jaký to na ní konkrétně mělo vliv. *“Ono to funguje tak, že tam je nějaký kus lži, ale ještě je to trochu posypané jako maličko tou pravdou.”* Vnímala to na sobě jako zmíněný nepříjemný tlak, pro který ale vnitřně nemá žádnou racionální oporu. *“Když se to snažila na sobě analyzovat, ptala se sama sebe proč to dělá? Nebyla tam žádná pevná půda, žádná racionální odpověď.”* Jako něco nepříjemného, iracionálního, primitivního to vidí i Viktor. *“Já nevím, jak to popsát, protože to je fakt taky primitivní taková vymejvárna televizi.”*

Sofia a Stázka obě mluví o zajímavé věci, kterou s tím spojují. Jedná se o jakousi svobodu v myšlení, kterou v určitý moment svého života přijali za svou, a která jim otevřela nové obzory. Sofia: *“Hledala jsem odpovědi na otázky, tak jako taky jsem začala přemýšlet, .. že to možná není tak jednoduché a občas co nám říkají,.. že to asi není taky vždycky pravda”* Stázka zase říká, že byla v určitém bodě, kdy se rozhodla věřit tomu, co prožívá a vidí na vlastní oči, a nikoli tomu, co říkají ostatní. *“V nějakou chvíli jsem se prostě rozhodla, že asi pravda bude tam, co dělám (.....), protože tam je nějaký kontext, ... A mně se ty informace prokazovali nějakým prožitím.”* Zde se tedy ukazuje, že je rozšiřování obzorů a osobních hodnot pro propagandu překážkou a zároveň vnímám, že působí v opozici k tomu, čeho se snaží docílit propaganda. Sofia dále mluví o tom, jak propaganda dopadá na Ruskou společnost, a tím pádem i na její blízké. *“Já si myslím, že to je nějakým způsobem ten pilíř, na kterém se drží ta společnost.”* Propaganda podle ní podněcuje v lidech nenávist. Spojuje je dohromady proti společnému nepříteli. Propaganda působí i podporováním patriotismu. Olena

popisuje, že: *“A takový to prostě buduje se ten patriotický jako, že nikoho nepotřebujeme, sami jsme jako prostě šikovní, a to tak to zvládneme.”* Mnoho jedinců nechce mít podle Sofii pocit viny a propaganda je pro ně cestou, jak toho docílit. Ulehčuje jim. *“Nechceš mít zodpovědnost za to co se stalo. Proto jdeš tou lehčí cestou,... A ta lehčí cesta ti říká, že máš pravdu, jsi dobrý člověk.”* Propaganda je pro Sofiu v podstatě synonymum k hate-culture: *“A teď ono prostě to, řekla bych, že se spojují na základě toho, že nesnáší nějaký další lidi. Nejen ukrajince, ale prostě obecně, nesnáší američany a já si myslím, že ta nacionální politika docela funguje i ve většině států, že prostě to je hate culture.”* S tím, že propaganda rozsévá nenávist a silné emoce, souhlasí i Taisia: *“Je takový typ propagandy, nejsilnější a to je prostě nenávist neuvěřitelná ... najednou je to strašně vášnivý, protože oni prostě vědí jak to je.”* Pro tu však byla největším překvapením v rámci prožívání vztahů s blízkými konfrontace s faktem, že její blízcí opravdu věří informacím, které jim podsunul zdroj propagandy *“Já jsem si myslela, že (...) jako na to nahlíží kriticky, a on nakonec, si myslím, že po mě bylo docela objevení, že ne, že opravdu souzní s tím co oni říkají a že tomu věří” ... “strašný, vůbec nechápu, že dokáže pro sebe vysvětlit, že to je správná věc, že teďka válčíme proti Ukrajině.”* Něco podobného popisuje i Jurij, nechápe, jak jeho blízcí mohou ospravedlnit to, že probíhá válka. Skrze propagandu to evidentně možné je. *“.. když začala válka, tak jsem si říkal, že tohle je konečně ten čas, kdy si možná uvědomí, že jim jakoby lhali.”*

Toto podtéma je silně provázáno s podtématem Ruské náтуры a cítění. K tématu toho, jak se propaganda dostává do života Rusů, a jak v něm působí, se tedy ještě vrátíme.

B.2 Podtéma jazyka propagandy

Podtéma, které dále vykrystalizovalo, a které stojí za to zmínit, je podtéma jazyka propagandy. V rámci analýz zde vznikly průsečíky, které budou nyní popsány. Když bude řeč o samotném jazyce ve smyslu vyjadřování, shoduje se více respondentů na tom, že se jedná o jakýsi velmi emocionální, často vulgární a nenávist podporující projev. Krátká hesla, výkřiky, která se dobře předávají a opakují. Taisia o nich trefně mluví takto: *“Jako kdyby to vygenerovala umělá inteligence .. ty s nima mluvíš jako lidsky a oni na to odpovídají nějakým jejich vocabulary, jako by to bylo úplně odjinud.”* Jedná se tedy o jakýsi specifický emotivní jazyk, který souzní s šířenými Ruskými narativy. Viktor popisuje, jak se přesně tato terminologie uchytila v jeho okolí: *“(…) půl*

roku nevěřila, že existuje válka,... jak používala přesně ty vymytý terminologie, že speciální operace,...". Dále mi popisuje, jak je jazykem propagandy popisován pohled na západní země: "Programují ty lidi k tomu, nemít rád cokoli západního.... to je ze západu, nějaký prokletí, nebo nějaká havěť." Zajímavě popisuje také Stázka i Taisia, jak šíření těchto názorů funguje. Popisují jev, jak je někdo, kdo má v Rusku autoritu (může to být i rodinný příslušník) nebo má zkrátka nějaké vzdělání, brán jako určitý vzor, jehož názory jsou pak přebírány ostatními. "(...) opakuje nějaké slova svého někoho, který je hodně vzdělaný." (Stázka). Taisia zase mluví o zkušenosti, kdy i její dobří známí všichni přijali za svůj narativ od někoho, kdo byl v daném kolektivu považován za vzdělaného: "...že je tam ještě takový mechanismus, že je tam vlastně jeden člověk, který má hodně svůj radikální názor, který ovlivňuje další lidi, a vlastně pak celou tu rodinu. I s těmi dětmi." Jurij jako nejhorší a nejsmutnější popisuje moment, kdy tento se tento jazyk přenesl na jeho blízké "Nechápeš, jak je možné, že to berou jako normálku, že mluví tímhle jazykem a že jsou v pohodě s tím jazykem a že jsou v pohodě s tím, že je někdo tak agresivní."

Na zvláštní ukázce, jakou propaganda ke svým konzumentům přistupuje, se překvapivě ve svých výpovědích shodli Viktor a Jurij. Oba popisují, jak častým případem je, že propaganda hovoří skrze diskuzní pořady, kde se probírá nějaké politické téma. Popisují tyto pořady jako šílené, cholerické, agresivní. Taisia: "Moderátoři, jako to je neuvěřitelné co oni říkají, to je opravdu za hranou." Jazyk, jakým se zde hovoří, vnímají jako nejhorší v tom, že pak "programuje" konzumenty těchto pořadů. Jurij: "Lidi si na to zvykaj a když to poslouchaj, ty experty, nebo někoho kdo vypadá, že se mu dá důvěřovat, tak je jednoduchý do toho jakoby vstoupit a být na stejné straně. Nemáš jiné úhel pohledu a jako kdybys byl zaprogramovaný." Viktor pak dodává: "Funguje to, obzvlášť na (...) kteří mají rádi taky ty leaders." V těchto pořadech, jak dodává Olena je pak také mimo jiné snaha o negativní vykreslení Evropanů. "Hodně přehánějí v té televizi v Rusku, aby ukázali jaké jsou Evropané prostě blbci." To potvrzuje i Stázka: "...to všechno, jak se to reprezentuje tam v tom Rusku, co se vůbec děje v té "gayropě"."

Je mnoho témat a nepravdivých informací, která jsou skrze Ruské propagandistické kanály šířena, zveličována. To, jakou podobu a jakým jazykem hovoří, bylo popsáno v tomto odstavci.

Téma C) TÉMA CHÁPÁNÍ RUSKÉ NÁTURY A RUSKÉHO CÍTĚNÍ

Od vnímání a prožívání propagandy nyní postupme dále, k tématu vykreslení Ruského cítění a Ruské náтуры. Tématem, které je s předchozími dvěma opět těsně provázáno. V mých očích dává toto téma jakýsi podkres a chápání, dává porozumět specifikům mechanismů propagandy, kterým se na podkladu Ruské mentality tak dobře daří. Vykreslením toho, jak respondenti rozumí svým zkušenostem s prožíváním svých životních zkušeností se svými blízkými z minulosti pevně věřím, že vznikne celkově smysluplný obraz o tom, proč respondenti zakoušejí to, co zakoušejí, a co je podstatou zkoumaného jevu prožívání pod vlivem propagandy.

C.1 Podtéma traumatických zkušeností a represí

Z mého pohledu se opět jedná o zkušenost, kterou sdílela většina respondentů. Jedná se o exkurz do historie, kterým respondenti odůvodňovali aktuální názorovou situaci svých blízkých. To, jak se na aktuální geopolitickou situaci dívají, je často zapříčiněno nějakou traumatickou zkušeností, která se jim v rodině v minulosti přihodila. K mému překvapení většina z respondentů vypráví, jaký měl teror a represe dřívějšího režimu vliv na příběhy jejich rodin i předků. Mnoho z nich vyhnal z jejich domovů některé dokonce ze země. Mnoho z nich zažilo existenciální krizi. Stali se oběťmi režimu, který potlačuje projevy svobodné vůle. Olena popisuje “ .. *Já si myslím, že velká zkušenost, že v těch 90-tých letech, to bylo fakt, jako jsou rádi, že přežili prostě Oni se bojí něco měnit, aby se nestalo zase to, že prostě se vrátit do těch 90-tých let, kdy prostě jako nemohli dostat jídlo, neměli peníze....*” Tento příklad dle mého dává opodstatnění podtématu pasivity, o kterém ještě bude řeč. Viktor vypráví: “*Utíkáš vlastně se svý ze mě, protože ti zakázu dělat to, co miluješ.*” Sofia zase vypráví: “*Spálili mezitím jejich chatu, zabili všechna zvířata,... (...) se schovávala mezi tím s těmi dětmi dva týdny (...)*” Osobně mi přijde, že musí mít tato traumatická zkušenost na prožívání vztahů důležitý vliv. To, čím si prošli předci respondentů, muselo zákonitě ovlivnit například výchovu jejich rodičů, potažmo i výchovu respondentů samotných. Nějakým způsobem reflektují téměř všichni respondenti, že to jejich blízcí a předci rozhodně neměli jednoduché. “*Je to na ty poměry, jakým životem si oni prošli a jak nás vychovali, myslím si, že máme dobrý vztah*” (Viktor). Taisia osvětluje na příkladu: “*V Sovětském svazu, že to jako, že oni ještě zastihli ten konec Sovětského svazu, vlastně 80. léta, a ještě konec sedmdesátek, kde ještě to jako, byla i ta cenzura všechno, (...) byl prostě*

tam, pořádali nějaký underground (...), běhali od policie a prostě jako milují celý život tu západní (...), a mi to přišlo, jako to je naplnění, že ty máš takový jako silný spojení s tím západním světem. ... já vždycky myslela, že oni vidí, jak ten systém nespravedlivý a že je zničil, že oni v sobě ví a že to máme stejně” Všechny traumatické zkušenosti s minulým režimem jsou navíc, jak popisuje Stázka, záměrně uváděny režimem v zapomnění. *“{osoba} právě se snaží zachránit tuhle tu paměť, se kterou je jako docela problém v Rusku. Že ono se to odmítá veškerými možnými způsoby.”*

Autorovi tohoto výzkumu přijde důležité poukázat na tento aspekt kolektivní zkušenosti Rusů. Tato formující zkušenost byla identifikována v rozhovorech téměř se všemi respondenty. Popisovali nevyhlášená traumata, nespravedlnosti až zvěrstva, kterými se minulý Ruský režim a ten současný stále podepisuje na životní zkušenosti Rusů. Otočme nyní o 180 stupňů. Protože, jak bude popsáno v dalším odstavci, propaganda svým působením zároveň překvapivě dokáže vzbudit u Rusů i veliký pocit hrdosti. Zůstává tedy (mně i respondentům) tajemstvím, jak mohou vedle sebe tyto pocity fungovat.

C.2 Podtéma hrdosti

Toto podtéma je opět důležité. Respondenti jej popisují velmi často, když přemýšlejí nad tím, jaká nacházejí jejich blízcí pojítka ke své vlasti, a co za pozitivní pocity přílnavosti a sounáležitosti v nich dokáže vzbudit propaganda. To, že propaganda umí dobře působit na nacionální cítění, je prokázáno literaturou. To že umí působit i na cítění těch, kterým ten samý vliv zmařil existenci, právě zjišťujeme. Pro výzkumníka osobně se jedná o zvláštní paradox. Viktor to samé popisuje: *“Když se ten stát takhle podělal a ty si musel opustit všechno, co si vybudoval, tak proč pořád máš takovýhle hrdý vztah k tomu státu, když chápeš, že to je prostě banditský, že to není morální vůbec.”* Je to ambivalentní, nepochopitelný vztah. S respondenty byla dále řeč o tom, co jejich blízké pod vlivem propagandy v tomto stavu utvrzuje a jaké mechanismy propagandy je tak od nich vzdalují. Jurij to vnímá následovně: *“Máš prostě pocit, že jsi součástí něčeho, no a když to nemáš, tak jsi v cizím státu a máš nějaké kamarády a tak, ale jsi sám a tak ta televize a ten jazyk a ty pořady,..... to máš pocit, že jsi součástí něčeho.... Je to tvůj stát,... Musíš ho podporovat. Žádný jiný směr nemůže být. To jaká je tam vláda nebo něco, to je součástí státu a stát je součástí tebe.”* Osvětluje mi, že zde hraje v pozadí roli určitá nostalgie a osamělost. Podobnou zkušenost má i Viktor *“...protože jsou, vlastně od toho Ruska se nikdy neodpojili.”* Jak bylo zmíněno, v tomto

citlivém rozpoložení je pak propaganda schopna vzbudit pocit hrdosti. Celkově žije mnoho Rusů kontextem minulosti, jak dokládá Sofia: *“...Je nějaká představa o velkém sovětském svazu, který je překrásný, prostě stát a tak dále.”* Historicky je velkým zdrojem hrdosti pro Ruský lid i vítězství Sovětského svazu v 2. světové válce, které propaganda velmi často využívá: *“Když jako člověk hodně přemýšlí o té válce a žije v takovém kontextu ... že my jsme to zvítězili, tak přichází nějaké těšení zase se do toho zúčastnit.”* dodává Stázka a snaží se tak přijít na to, proč lidé masírování propagandou tolik podporují válečné úsilí. Respondenti se dále snaží hledat opodstatnění toho, proč jejich blízcí dokáží s klidem nejen schvalovat, ale i podporovat válečné úsilí. Kromě hrdosti vzbuzuje propaganda evidentně také nějaké militantní sklony. *“Prodávají se normálně nějaké kostýmy vojáků pro děcka, a nebo nějaké nálepky, které lidi lepí na auta “můžeme to zopakovat.”* říká Stázka. Že jsou tato témata spolu propojená dokládá i Taisia: *“A třeba, že i celá ta rodina, to je takové tři generace, a oni ještě mají malé dítě a děti, dvě děti, jako kluky, kteří tam prostě v nějakých, z nějakými atributy patriotické, nevím, jako to bylo tak odporné.”*

Mezi blízkými respondentů je také hluboce zakořeněná představa o tom, že je celý svět vlastně proti Rusku. Je možné zde identifikovat určitý mechanismus nenávisti, který je šířen propagandou. Kromě nenávisti je to i nedůvěra a s ní spojené pravidlo, že Rusové se vždy musejí být schopni spolehnout sami na sebe. *“Silná představa, že tady Rusové, Rusy nesnáší celý svět, že všichni jsou proti nám, že vlastně to je takové největší, že to je nespravedlnost, že všichni jdou proti nám.”* říká Taisia. Toto přesvědčení potvrzuje i Olena *“Ještě z toho Sovětského svazu prostě naučený, že co je cizí, tak to je prostě podezřelý.”* A koneckonců i Viktor, když zmiňoval konzistentní upevňování pocitu, že cokoliv ze západu je špatně.

Co také ještě zmiňují Sofia a Viktor je, že patriotismus je v každém Rusovi pěstován od malička. Čerpají přitom ze svých vzpomínek. Viktor říká: *“Ruská nátura je taková, že být hrdý na to že jsi Rus, ať už se děje cokoliv. To tě učeň ve škole, zpíváš hymnu,....”* Sofia svými slovy popisuje to samé *“A my jsme stáli s (....) a učili se to nazpaměť (hymnu). (....) říkala, že stát nás bude milovat.”* Zpětně to pro ně je nepochopitelné, očividně nepřijemné, citlivé téma.

Lze se domnívat, že je hrdost v Ruských občanech skrz propagandu a šířené narativy od malička silně pěstována a zarývána, a dále působí jako jeden z důležitých mechanismů, jak sjednocovat své občany. Osobně mám pocit, že to je možná jeden z

nejsilnějších mechanismů, kteří u svých blízkých respondenti identifikují jako ten, kterým propaganda jejich blízké získává na svou stranu.

C.3 Podtéma pasivity

Toto podtéma jsem též vnímal na více místech při rozhovorech s respondenty. Zajímavě mi vyvstalo, když mi bylo vyprávěno o blízkých respondentů. Mezi ostatními emocemi, které propaganda ve svých konzumentech vzbuzuje, se nalézá dle mého názoru mechanismus, který názorově otupuje a negativně působí na kritické myšlení. V záplavě velikého, nepravdivého množství informací, centrálně řízeného propagandistickým aparátem, ke kterému mají Rusové přístup, je velmi snadné se ztrácet a tápat. Přirozeným výsledkem tohoto procesu je určitá pasivita, která je vygenerována v reakci na zmatečné informace, ze kterých je tendence si vybírat jen ty nejjednodušší a pochopitelné, popřípadě ty, které jsou sdělovány nějakou autoritou. Působí to na mě dojmem, že je tak systematicky potlačována jakákoliv snaha podporující kritické myšlení, možná lépe řečeno i svobodu myšlení. To celé ještě podporuje fakt, že má běžný Rus tolik svých problémů (často existenčního rázu), jak bylo nastíněno v podtématu traumatu a represí, že ho k přemýšlení nad politickými otázkami absolutně nic nepřivádí. Jednoduchá cesta smýšlení je tak pohodlně přijímána. To se dle mého názoru pak přesně odráží i ve výpovědích respondentů. Mluví o tom například Taisia: *“Obrovské množství lidí vybralo strategie, prostě to moc nevnímáme, protože na nás přece nic nezáleží ... my nic nemůžeme změnit, ... když nechceš vědět, co se děje, tak zavíráš oči.”* Pasivita je volena například i v řešení případných rodinných neshod, jak se domnívá Viktor: *“... kteří já znám z Ruska, těch mladých, že oni nekonfrontují ty rodiče, že jsou proti, jsou hodně proti, ale říkají si, že nebudou sahat do těch rodinných vztahů...”* Mnoho lidí tak volí pasivní strategii, což propagandistickému aparátu přesně vyhovuje. Lidé kteří v něm žijí, to zkrátka přijímají. Stázka mluví o tom, že to je pravděpodobně i nějaký zvyk, časem o tom člověk už úplně přestane přemýšlet: *“Oni jsou nějak jako, řekla bych, synchronizování s tím systémem. Oni to něčím přijímají.”* Taisia dodává, že dalším faktorem je i jejich společenská situace: *“Lidi nemají dost vzdělání, jsou chudí, takže oni vlastně moc nemají na výběr.”* Tato pasivita se přesně objevuje ve slovních obratech, které od respondentů slyším, když popisují situace svých blízkých: *“Je to přirozený vývoj”, “jsme na to zvyklí.”, “beru to, že je to prostě daný.”* Těchto obrátů jsem si často všiml při rozhovoru s Olenou. I Stázka

dosvědčuje pasivitu přemýšlení svých blízkých *“(Válka na Ukrajině) – Jasně, že nechceme aby někdo umíral, ale bohužel je to přirozený rozvoj a tak.”*

Ještě dalším faktorem, který zmiňují Viktor a Jurij je věk. *“Když je ti 50 let a najednou ti někdo říká, ž všechno je jinak, tak nevím, jestli já bych to taky zvládl se na to podívat úplně jinak.”* Se staršími blízkými rodinnými příslušníky je to ještě těžší. *“Oni nebudou hledat Telegram kanály, nebudou hledat Youtube channely.”* Obecně je tedy jasné, že se propagandě více daří u starších lidí.

C.4 Podtéma postavení rodičů / starších

Nyní bude popsáno poslední téma. Vykrytalizovalo víceméně náhodou, protože jsem s respondenty za účelem osvětlení současného vnímání mluvil rovněž o tom, jak byli vychováni, i o tom, jak byli vychováni jejich rodiče. Bylo mi čím dál tím více jasné, že abych pochopil, proč má propaganda tak velký vliv na prožívání a proč dokáže ideový souboj a nepochopení utvořit takovou propast, je nutné se vracet do historie a studovat, jak byli jednotlivci vychováni a co na ně během výchovy působilo. Toto podtéma je opět mnoho provázáno s podtématy předchozími. Začíná být čím dál tím víc jasné, že současné propagandistické metody dokážou velmi chytře využít a zasadit se do životních příběhů Rusů, kteří nemají často jinou možnost, než jen pasivně přijímat. Při snaze o nalezení nějakých vzorců mě neustále cosi nutí vracet se k životním příběhům respondentů, ale hlavně jejich blízkých, které mi jsou respondenty zprostředkovány.

Poslední podtéma, které bylo napříč rozhovory identifikováno, je tedy podtéma postavení rodičů. U tří respondentů jsem si všiml malého detailu, který mi sdělili, a který se týká postavení rodičů nebo obecně starších lidí v Ruské společnosti. Jsou vnímáni jako moudří lidé, a to v jakékoliv situaci. Starší lidé mají v Ruské společnosti veliký respekt, jak říká Viktor: *“Třeba v Rusku aspoň starší lidi pak mají větší slovo i na tom vliv nad mladým lidem.”* Zároveň je ale jasné, že na ně propaganda cílí mnohem více a snadněji. I když se v nějakých tématech neorientují, jejich názor není nikdy brán na lehkou váhu. Taisia o tom mluví též: *“To je taková rodičovská, nevím, z nějakého důvodu my víme víc, než vy, i když v téhle oblasti se ůbec neorientujeme.”* V případě, že se jedná o jejich (již dávno) dospělé syny a dcery, stále přetrvává jakýsi dojem, že toho o světě vědí mnohem více, než jejich malé děti. Přesně o tom mluví Sázka: *“A po celém životě já dostávám takové replika že: No až ty vyrosteš, tak pochopíš.”* Jakoby nějaké kritické/svobodné myšlení bylo již v základu zadušeno. Souhlasí i Sofia: *“Jako dítě,.. mám takovou pozici vůči rodičům, že prostě jako říkají, že to je prostě naše malá*

dcera a ještě nezná ten život.” Celé poslední téma chápání Ruské národy je protkané nesvobodou, zde je to podle mého názoru velmi dobře patrné. Ruské výchovné hodnoty nefungují s těmi evropskými. O tom mluví Viktor: *“Chtěl prostě svého syna vychovat po nějakého vzorku silného muže, se kterým vlastně v Evropě to moc nefungovalo.”* Mnoho z respondentů mluví o tom, že si své hodnoty časem museli nějak uvědomit a vybojovat. Vypráví mi o tom Stázka: *“Já jsem úplně neuměla to jako,... ustát svoji pozici, ani jsem nevěděla jak to vyjádřit, o co se opřít.”* Momenty zmatení v informacích a hledání pravdy či nesouhlasu mi popisuje i Sofia: *“V tu dobu jsem vybrala za svoji pravdu, že ten takový Evropský postoj.”* V průběhu svých životů a výchovy si museli uvědomit, že za svou pravdu přejímají něco, co se významně liší od pravdy, kterou mají jejich blízcí. Jiné hodnoty v průběhu vyrůstání oddalovaly respondenty od svých blízkých. To je ve výsledku možná právě to, co činí tak velkou propast v prožívání.

6 DISKUZE

Cílem této studie bylo prozkoumat, jak propaganda a její mechanismy ovlivňují prožívání rodinných vztahů. Kvalitativní polostrukturované rozhovory s mladými Rusy žijícími v České republice poskytly podrobný vhled do jejich zkušeností a porozumění. Pomocí Interpretativní fenomenologické analýzy byla u jednotlivých respondentů identifikována relevantní témata. Interpretace rozhovorů byla vedena třemi vzniknuvšími hlavními tématy, přičemž byly hledány spojitosti a podobnosti napříč analýzami. Některá identifikovaná témata se shodují s teoretickými poznatky a výzkumy popsány v první části této práce, zatímco jiná nás vedou k hlubšímu zamyšlení a poukazují na nutnost dalšího výzkumu.

Co se týče prvního z identifikovaných témat s názvem *“Změny v prožívání”*, jedná se subjektivně o téma nejdůležitější. S dramatickými a bezprecedentními událostmi vpádu Ruských vojsk na Ukrajinu v roce 2022 přichází zásadní změna, tvrdá rána, kterou vnímají všichni z oslovených respondentů. Tato událost má však dopad i na celý svět. Sjednotila Evropské státy a USA k podpoře Ukrajiny a odsouzení Ruské agrese (Thomson et al., 2023). Všechny oslovené respondenty tato bezprecedentní událost zasáhla, zanechala je v úzkostech a krizích, se kterými se někteří stále nemohou plně vyrovnat. Podobně těžce a úzkostlivě situaci prožívají například studenti z českých univerzit, obecně se tato situace otiskne do výzkumů v oblasti veřejného zdraví (Riad et

al., 2022). Začátek války je všemi respondenty popisován jako šokový, paralyzující stav. Uvrhl některé z nich do stavu pocitu viny, některé z nich zase do pocitu bezmoci. Tyto a další úzkostné stavy jsou intenzivně prožívány jedinci po celé Evropě, ale hlavně na Ukrajině (Allin, 2022). Kromě osobního prožívání to však zanechalo veliký šrám na prožívání v rodinných vztazích. Propaganda začala intenzivně a promyšleně pracovat hned po začátku invaze (Pierri et al., 2023). Více a více začala na svou stranu získávat nejisté jedince, kteří nevěděli, kam se názorově a hodnotově ukotvit. Jak bylo zjištěno, pro tyto jedince, ke kterým ve více případech patřili i blízcí respondentů tohoto výzkumu, byla důležitá Ruská televize. Poskytla jim útěchu, zbavila je pocitů viny. Probudila v nich pocit nostalgie, ukojila ho a zároveň v nich zmírnila pocit strachu, spojila je zpět s vlastí. V prožívání respondentů bylo zaznamenáno odpojení, vzdálení a vychladnutí rodinných vztahů. Z jejich popisu se zde objevuje pomyslná propast, která se po začátku války začala zvětšovat. O jevech zapříčiněných rodinou separací hovoří ve své knize například Winer (2001). Začátek války byl též poznamenán emocí strachu, která byla v rodinných klimatech patrná (Baines et al., 2020). Zdaleka největší dopad měla tato událost však dopad na oblast komunikace (Karlsen, 2016). V onen moment nebylo možné se jednoduše vidět nebo jednoduše sdílet své životy. V konverzacích vznikla tabu, rozdílný pohled na geopolitickou situaci neumožňoval konverzace o různých politických tématech. Dále a dále od pravdy odtrhávala blízké respondentů právě propaganda. Ve druhé rovině to vedlo také k hádkám a posléze vyčerpáním ze snahy jim čelit. Pokusy o vyvedení blízkého z nějaké zavádějící informace nebo polopravdy, když se o to respondenti pokoušeli, nikam nevedly. Téměř u všech respondentů (alespoň na určitý čas) musela být zvolena strategie – nebavit se o tom. O tom, že propaganda dokáže rozvracet rodinné vztahy, pojednává Asmolov (2019) nebo Paul & Matthews (2016). Závěrem bude přidána informace o tom, že bylo nalezeno mnoho a mnoho článků pojednávajících o dopadu války na Ukrajině na psychický stav Ukrajinců. O dopadu stejné události na psychické zdraví “Evropsky” smýšlejících Rusů výzkumník nenašel žádný.

U druhého zkoumaného tématu – působení samotné propagandy a jazyka propagandy, bylo zkoumáno, jakou mají oslovení respondenti zkušenost s tímto fenoménem a jakým způsobem propaganda “promlouvá”. Mechanismy působení, s důrazem na ty psychologické, byly nastíněny v první části této práce. Z klíčových poznatků vycházejících z výzkumu v tomto tématu se mnoho z nich shoduje s popsanou teorií. Bylo popsáno, jak respondenti vnímají, že na jejich blízké například působí

autority, šířící narativy nebo jak je touto cestou jednoduché přijmout názory. To je v souladu s tvrzením Hemelíka (2008) i Cialdiniho (2023). Dále respondenti popsali, že propaganda subjektivně působí jako nějaká vnitřní nepříjemnost. Iracionální tlak nebo vliv, který se snaží emotivně působit na různé stránky osobnosti. Jako největší problém vnímají u svých blízkých médium televize. To co se z ní line, popsali respondenti jako primitivní, iracionální působení, a to v některých případech působící i fyzickou nevolnost. Více respondentů se shodlo také na tom, že jsou jejich blízcí omezeni výběrem informačního zdroje. S přihlédnutím k jejich věku nehledají alternativní informační kanály (Vivion et al., 2024). Popsáno také bylo to, že dokáže propaganda v jejich blízkých vzbudit pocit hrdosti a patriotismu (Oates, 2021). Propaganda více a více oddaluje blízké od respondentů tím, že mezi ně staví obecně známé Ruské narativy, které byly též popsány v první části této práce (Alvarová 2017; Miskimmon & O'Loughlin, 2017; Smart 2022), a jejichž pravdivost nejsou blízcí respondentů schopni posoudit. Propaganda vkládá konzumentům do vínku nové hodnoty a přesvědčení. Ty jsou v jakémsi souboji s těmi "Evropskými", které za své přijali respondenti. Dále byla řeč o tom, že se z televizní propagandy stala zábavná a zároveň nebezpečná věc, do které jsou chytře a zjevně i skrytě zakomponována různá propagandistická sdělení (Khaldarova, 2016). Televize Rusům (nejen) v zahraničí zároveň slouží jako určité pojítko s vlastí. Přináší komfort a redukuje osamělost (Bonch-Osmolovskaya, 2015). Propaganda v Rusku funguje i jako určitý tmel společnosti. Spojuje dohromady jednak ve strachu z nepřítele, dále zastřešuje ideově a obhajuje válečné úsilí vedené na Ukrajině (Bradshaw et al., 2024). K tomu si též propůjčuje slávu z Ruské historie a vše nepohodlné uvádí v zapomnění.

Co se týče jazyku propagandy, byla s respondenty zajímavá diskuze o tom, jak ho hodnotí. To, jak propaganda ke svým konzumentům promlouvá, bylo popsáno jako určitý cizí slovník – nesmyslný, vygenerovaný umělou inteligencí. V rozhovorech se pak projevuje jako heslovité výkřiky, charakteristicky naléhavé, emocionální, plné vulgarismů, vzteku a podněcující nenávist (Alvarová, 2017). Opět je zde možnost vidět podobnost s šířenými Ruskými narativy, konkrétně těmi, které vykreslují západ jako nepřítele (Miskimmon & O'Loughlin, 2017). Zkoumání lexikálních manipulací (eufemismy, emocionálně nabitě obraty, hesla, nenávistné projevy, historické mýty a falzifikáty) v propagandistickém slovníku se též věnuje a potvrzuje jejich existenci studie od L. Diachuk (2024).

Konečně bude popsáno k jakým výsledkům autor dospěl u třetího hlavního analyzovaného tématu. Subjektivně, na konci této práce autor diskutuje, že se jedná možná o téma nejdůležitější, neboť dává alespoň z části pochopit tomu, na jakém podhoubí a v jakém sociálním a politickém prostoru prožívání vztahů pod vlivem propagandy probíhá a tím pádem, kterými aspekty je toto prožívání již od těch nejtělejších, výchovou formováno. V analýzách tohoto tématu je nutno vrátit se do historie a zkoumat skrz optiku respondentů nejen jejich životní zkušenosti, ale také zkušenosti jejich předků. Koneckonců studium historie je jedním z výchozích oborů ke studiu fenoménu propagandy (Prokopová, 2014). Na základě našeho výzkumného šetření je možné si představit, že život obyčejného Rusa není optikou našeho evropského vnímání vůbec jednoduchý. V mnoha výpovědích respondentů bylo popsáno, jakými traumatickými zkušenostmi je provázána Ruská kolektivní paměť. Ať už se jedná přímo o rodiče či předky respondentů, ukazuje se, že většina z nich zažila nějakým způsobem represivní a traumatickou zkušenost Sovětského svazu. Podobné jevy ve zkoumání popisuje i Wakamiya (2011). O tom, že v Rusku nepanuje demokracie, kterou oficiálně na venek režim vládne, nemůže být pochyb (Hale, 2011). Stejně mizivé je i přesvědčení, že se represivní techniky od dob Sovětského svazu nějak razantně změnilo (Gel'man, 2015).

Pocit hrdosti a potažmo i patriotismu byl další, který byl identifikován, když byla s respondenty řeč o působení propagandy a také o výchově. Ten propaganda vzbuzuje ve svých konzumentech záměrně (Oates, 2021) a vštípuje ho svým občanům velmi evidentní cestou od útlých věků do povědomí (Muckle, 2003). Nacionální cítění je vnímáno jako důležité. Odůvodňuje, proč například tolik Rusů v zahraničí (navzdory tomu, že museli paradoxně ze země kvůli nebezpečí uprchnout) cítí takovou nostalgii a potřebu se s vlastní spojit. Pocit hrdosti je podporován dále tím, že jsou připomínána a zveličována historická vítězství a územní a mocenská velikost dřívějšího i nynějšího režimu (Ištok & Plavčanová, 2013). V rozhovoru s respondenty bylo identifikováno, jako by s takovým vědomím přicházelo nějaké těšení na to, zopakovat tento triumf.

Jedna z dalších proměnných, která z analýz vykrystalizovala v rámci zkoumání Ruské národy, byla pasivita. Pasivita, která byla patrná v rozhovorech s respondenty, když byla řeč o tom, jakým způsobem se jejich blízcí snaží například nacházet a ověřovat informace. Kritické myšlení zde není příliš radno hledat, spoléháno je na přebírání informací ze zdrojů autoritativních (Hemelík, 2008). Stejná pasivita byla popsána ve spojitosti s tím, jak Ruský režim zdecimoval existenci mnoha svých občanů

– je zde tím pádem vygenerován, jak se domnívá autor, určitý přirozený mechanismus naučené bezmoci (Seligman, 1972) směrem k určitým otázkám občanského života a směrem k občanské iniciativě. Zde však již autor příliš polemizuje.

Posledním, pro autora zajímavým identifikovaným tématem, které bylo v rozhovorech rezonantní, bylo téma postavení rodičů/autorit a obecně starších lidí v jakési hierarchii životní moudrosti v Rusku. Stejným fenoménem se zabývá a identifikuje ho i Mikhailovna et al. (2018). Bylo popsáno, jak je autorita rodičů a starších aplikována k ustanovení všeobecné pravdy (a to navzdory tomu, že se v dané problematice vůbec neorientují) a jak své potomky utvrzují v tom, že pravdu objeví až budou starší. V celkovém kontextu hledání vlastní pravdy jde o nesvobodný mechanismus, působící v prožívání vztahů negativě, navíc opět podporující pasivitu a negativně ovlivňující kritické myšlení.

Autor věří, že provedené analýzy poskytují určitý vhled do zkoumané problematiky a přináší alespoň částečnou odpověď na výzkumnou otázku. Všechny popsané proměnné v prožívání, jak se autor domnívá, dávají alespoň částečně pochopit tomu, jaké hodnoty jsou Ruskými občany uznávány a dávají opodstatnění i tomu, čím se tak moc vzdalují od těch Evropských a hlavně těch, kterými disponují i dotázaní respondenti. Vrhají, byť slabé světlo na to, jaká je podstata chybějící proživací komponenty, kde leží těžiště neporozumění, které v lidském citění vzniká, a jaké jsou následky těchto procesů. Pro lepší pochopení těchto proměn prožívání i konkrétních důsledků je zapotřebí vyvinout další výzkumnou aktivitu, neboť spousta dalších otázek vyvěrá. Autor nenašel studii svým zaměřením podobou, jako je tato, ve zkoumání tohoto důležitého tématu s přesahem do mnoha studijních oborů je tak nutné dále pokračovat.

7 ZÁVĚR

Tato diplomová práce s názvem Rodinné vztahy pod vlivem propagandy optikou Rusů žijících v ČR se skládá ze dvou částí. V té první, teoretické, se autor snažil definovat propagandu s hlavním zaměřením na teoretické popsání jejích psychologických aspektů a prožívání. V druhé, praktické části, byla pomocí metody IPA snaha analyzovat a identifikovat žitou zkušenost mladých Rusů s fokusem na prožívání rodinných vztahů, do kterých významněji promluvila současná geopolitická situace, a tím pádem i fenomén propagandy. Ze zdroje provedených rozhovorů byla

identifikována 3 hlavní témata a množství podtémat, která přispívají k osvětlení aktuální situace prožívání u jedinců, kteří se výzkumu zúčastnili.

První z témat přináší zjištění, jak byl začátek války těžkou a skličující zkušeností, která názorově i fyzicky respondenty od jejich blízkých oddělila a vytvořila propast v prožívání. Zjištění z oblasti druhého tématu by se dalo shrnout jako porozumění mechanismům propagandy, které byly identifikovány jako zvnitřněné, nepříjemné tlaky, které na sebe berou podobu specifického, primitivního a negativně emotivního jazyka. Identifikován byl jakýsi souboj hodnot, který propaganda ovlivňuje, proti kterému se těžko argumentuje a který se v prožívání často jeví jako zdroj problémů. U konzumentů pak naopak propaganda působící jako útěcha a ve strachu z nepřítele spojující prvek. Z třetího tématu, které bylo, co se týče poznatků nejpłodnější, a které zároveň skýtá největší prostor pro budoucí zkoumání, bylo identifikováno více proživacích a citových proměnných, na které propaganda záměrně působí, a na jejichž osobnostním základě může být dobře pěstována. Neboť jsou zde zkoumány události minulé, uvádí autor jako limit, že zkušenosti v prožívání již nemusí být přítomné v takové intenzitě, stejně jako oživená paměť možná nemusí reprodukovat zkušenost tak přesně.

I přesto tato studie nabízí pohled do zkušenosti těch, kteří zůstali často odříznuti od svých blízkých – bez možnosti jednoduše se vidět a často i bez možnosti sdílení v komunikaci, díky vzniklým těžkostem v prožívání. Zjištění této práce tak může být vodítkem, jak přistupovat k psychice těch, o kterých analýza pojednává. Limitem této studie může být široký záběr tématu, ve kterém bylo identifikováno mnoho individuálních zkušeností. Za další limit může být brán směr, kterým se analýza začala ubírat v jejím průběhu, odchýlením se od zkušenosti jedince samotného a přístupu ke zkoumání zkušenosti jedinců blízkých respondentům. Z důvodu hledání podstaty a spojitosti však pro účel pochopení skutečných proměnných, jakými propaganda působí na prožívání a cítění, se autor nechal oslovit směrem, který z analýz vykryštalizoval jako pro něj plodným. Tato práce, která je svým zkoumáním unikátní, odkrývá zjištění spojitosti žité zkušenosti a propojuje je s fenoménem propagandy. Na základě poznatků které vznikly v této práci, je však nutné v tomto výzkumném úsilí pokračovat, neboť další výzkumné otázky vyvěrají na povrch. Závěrem autor konstatuje, že vzniklo mnoho studií, které se soustředí na duševní zdraví jedinců na Ukrajině, zemi válkou napadenou, ale studií prožívání těch, kteří pocházejí ze země agresora, avšak smýšlením se podobají nám Evropanům, mnoho není.

LITERATURA

1. Allin, D. H. (2022). Ukraine: The Shock of Recognition. *Survival*, 64(2), 201–208. <https://doi.org/10.1080/00396338.2022.2055837>
2. Alvarová, A. (2017). *Průmysl lži: Propaganda, konspirace a dezinformační válka* (1. vydání). Stanislav Juhaňák - Triton.
3. Asmolv, G. (2019, August 7). *The effects of participatory propaganda: From socialization to internalization of conflicts*. Journal of Design and Science. <https://jods.mitpress.mit.edu/pub/jyzg7j6x/release/2>
4. Florek, J. (2017). *Manipulace a propaganda na pozadí současné informační války*. Grada.
5. Ftorek, J. (2010). *Public relation a politika: Kdo a jak řídí naše osudy s naším souhlasem* (1. vyd). Grada.
6. Baines, P., O'Shaughnessy, N. J., & Snow, N. (Ed.). (2020). *The SAGE handbook of propaganda*. SAGE Publications Ltd.
7. Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.
8. Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). *Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. Oxford University Press.
9. Bittman, L. (2000). *Mezinárodní dezinformace: Černá propaganda, aktivní opatření a tajné akce* (Vyd. 1). Mladá fronta.
10. Bernays, E. L. (1972). *Propaganda* (Reprint). Kennikat Press.

11. Bonch-Osmolovskaya, T. (2015). Combating the Russian state propaganda machine: Strategies of information resistance. *Journal of Soviet and Post-Soviet Politics and Society*, 1(1), 175-218.
12. Bradshaw, S., Elswah, M., Haque, M., & Quelle, D. (2024). Strategic Storytelling: Russian State-Backed Media Coverage of the Ukraine War. *International Journal of Public Opinion Research*, 36(3), edae028.
<https://doi.org/10.1093/ijpor/edae028>
13. Cajthaml, P. (2006). *Profesionální lháři (aktivní opatření čs. rozvědky do srpna 1968)*. <https://www.abscr.cz/data/pdf/sbornik/sbornik4-2006/kap01.pdf>
14. Cialdini, R. B. (2023). *Nové zbraně vlivu: Psychologie přesvědčování i v online světě* (E. Nevrlá, Přel.; Vydání první). Jan Melvil Publishing.
15. Cialdini, R. B. (2016). *Před-svědčování: Revoluční způsob, jak ovlivnit a přesvědčit* (A. Drobek, Přel.). Jan Melvil Publishing.
16. Douglas, K. M., Sutton, R. M., & Cichocka, A. (2017). The Psychology of Conspiracy Theories. *Current Directions in Psychological Science*, 26(6), 538–542. <https://doi.org/10.1177/0963721417718261>
17. Ellul, J. (1973). *Propaganda: The formation of men's attitudes*. Vintage Books.
18. Galeotti, M. (2019). The mythical ‘Gerasimov Doctrine’ and the language of threat. *Critical Studies on Security*, 7(2), 157–161.
<https://doi.org/10.1080/21624887.2018.1441623>
19. Gel'man, V. (2015). The Politics of Fear: How the Russian Regime Confronts Its Opponents. *Russian Politics & Law*, 53(5–6), 6–26.
<https://doi.org/10.1080/10611940.2015.1146058>

20. Gentles, S., Charles, C., Ploeg, J., & McKibbin, K. A. (2015). Sampling in Qualitative Research: Insights from an Overview of the Methods Literature. *The Qualitative Report*. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2015.2373>
21. Hale, H. E. (2011). The Myth of Mass Russian Support for Autocracy: The Public Opinion Foundations of a Hybrid Regime. *Europe-Asia Studies*, 63(8), 1357–1375. <https://doi.org/10.1080/09668136.2011.601106>
22. Hemelík, M. (2008). *De propagando*. E – L O G O S ELECTRONIC JOURNAL FOR PHILOSOPHY. <https://elogos.vse.cz/pdfs/elg/2008/01/20.pdf>
23. Herman, E. S., & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Pantheon books.
24. Ištók, R., & Plavčanová, D. (2013). *Russian Geopolitics and Geopolitics of Russia. Phenomenon of Space, vol. 1, ss. 61- 94* EUROPEAN JOURNAL OF GEOPOLITICS. https://ptg.edu.pl/wp-content/uploads/2015/03/Nr_1_-_artyku%C5%82_3_Istok_i_Plavcanova.pdf
25. Jowett, G., & O'Donnell, V. (2019). *Propaganda & persuasion* (Seventh edition). SAGE.
26. Karlsen, G. H. (2016). Tools of Russian Influence: Information and Propaganda. In J. Haaland Matlary & T. Heier (Ed.), *Ukraine and Beyond* (s. 181–208). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-32530-9_9
27. Khaldarova, I. (2016). Strategic narratives of the Ukraine conflict projected for domestic and international audiences by Russian TV channels. *Media and the Ukraine Crisis*, 123-138.
28. Kruger, J., & Dunning, D. (1999). Unskilled and unaware of it: How difficulties in recognizing one's own incompetence lead to inflated self-assessments.

- Journal of Personality and Social Psychology*, 77(6), 1121–1134.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.77.6.1121>
29. Lotko, E. (1999). *Kapitoly ze současné rétoriky*. Univerzita Palackého.
30. Matsehora, P. (2019). *Ruský nacionalismus*. UNIVERZITA KARLOVA – FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD.
31. McIntyre, L. (2018). *Post-truth*. The MIT Press.
32. *Manipulativní narativy o postavení Ruské federace v geopolitickém prostoru*. Ministerstvo vnitra České republiky. (n.d.). Retrieved July 01, 2024
<https://www.mvcr.cz/chh/clanek/manipulativni-narativy-o-postaveni-ruske-federace-v-geopolitickem-prostoru.aspx>
33. McGaugh, J. L. (2013). Making lasting memories: Remembering the significant. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(supplement_2), 10402–10407. <https://doi.org/10.1073/pnas.1301209110>
34. Miovský, M. (2006). *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu* (Vyd. 1). Grada.
35. Mikhailovna, R. T., Viktorovna, F. E., Vladimirovna, R. O., & Vladimirovich, K. A. (2018). Status and Role Transformations of the Elderly in Modern Russia. *Journal of History Culture and Art Research*, 7(1), 132.
<https://doi.org/10.7596/taksad.v7i1.1462>
36. Miskimmon, A., & O'Loughlin, B. (2017). Russia's Narratives of Global Order: Great Power Legacies in a Polycentric World. *Politics and Governance*, 5(3), 111–120. <https://doi.org/10.17645/pag.v5i3.1017>
37. Mokryk , R. M. (2023, March 1). *I liberální Rusové Stereotypně Opovrhují Ukrajinou...* Kosmas.cz.

- <https://www.kosmas.cz/oko/rozhovory/608941/i-liberalni-rusove-stereotypne-opovrhuj-i-ukrajino/>
38. Morrison, S. (2021). The rise of the Kremlin Troll. *Journal of Media and Information Warfare (JMIW)*, 14(2), 1-14.
39. Muckle, J. (2003). Russian Concepts of Patriotism and their Reflection in the Education System Today. *Tertium Comparationis*, 9(1), 7–14.
<https://doi.org/10.25656/01:3312>
40. Nepovědomý, Š. (2023). *Propaganda jako válečný nástroj Ruské federace v České republice* [Pedagogická fakulta – Katedra občanské výchovy].
https://is.muni.cz/th/y9wic/bakalarska_prace_Stepan_Nepovedomy_final.pdf
41. Nakonečný, M. (2009). *Sociální psychologie* (Vyd. 2., rozš. a přeprac.). Academia.
42. Oates, S. (2021). War Propaganda and the Patriotic Model of the News in the 21st Century. *Journalism & Communication Monographs*, 23(4), 329–334.
<https://doi.org/10.1177/15226379211050690>
43. Osborne, D., Costello, T. H., Duckitt, J., & Sibley, C. G. (2023). The psychological causes and societal consequences of authoritarianism. *Nature Reviews Psychology*, 2(4), 220–232.
<https://doi.org/10.1038/s44159-023-00161-4>
44. Papkova, I., & Gorenburg, D. P. (2011). The Russian Orthodox Church and Russian Politics: Editors' Introduction. *Russian Politics & Law*, 49(1), 3–7.
<https://doi.org/10.2753/RUP1061-1940490100>
45. Perlovsky, L. (2009). Language and emotions: Emotional Sapir–Whorf hypothesis. *Neural Networks*, 22(5–6), 518–526.
<https://doi.org/10.1016/j.neunet.2009.06.034>

46. Plhánková, A. (2023). *Učebnice obecné psychologie* (2., doplněné, aktualizované a přepracované vydání). Academia.
47. Pratkanis, A. R., & Aronson, E. (2002). *Age of propaganda: The everyday use and abuse of persuasion* (Rev. ed). Holt.
48. Prooijen, J.-W. V. (2022). Psychological benefits of believing conspiracy theories. *Current Opinion in Psychology*, 47, 101352.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101352>
49. Prokopová, K. (2014). *Propaganda a persvaze* (1. vydání). Univerzita Palackého v Olomouci.
50. Riad, A., Drobov, A., Krobot, M., Antalová, N., Alkasaby, M. A., Peřina, A., & Koščík, M. (2022). Mental Health Burden of the Russian–Ukrainian War 2022 (RUW-22): Anxiety and Depression Levels among Young Adults in Central Europe. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(14), 8418. <https://doi.org/10.3390/ijerph19148418>
51. Řiháček, T., Čermák, I., & Hytych, R. (2013). *Kvalitativní analýza textů: Čtyři přístupy* (1. vyd). Masarykova univerzita.
52. Seligman, M. E. (1972). Learned helplessness. *Annual review of medicine*, 23(1), 407-412.
53. Schnelle, C., Baier, D., Hadjar, A., & Boehnke, K. (2021). Authoritarianism Beyond Disposition: A Literature Review of Research on Contextual Antecedents. *Frontiers in Psychology*, 12, 676093.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.676093>
54. Smart, C. (2022, July 2). *How the Russian media spread false claims about Ukrainian nazis*. The New York Times.

<https://www.nytimes.com/interactive/2022/07/02/world/europe/ukraine-nazis-russia-media.html>

55. Smith, J. A., Larkin, M., & Flowers, P. (2008). *Interpretative phenomenological analysis: Theory, method and research*. SAGE.
56. Smith, J. A., & Shinebourne, P. (2012). Interpretative phenomenological analysis. In H. Cooper, P. M. Camic, D. L. Long, A. T. Panter, D. Rindskopf, & K. J. Sher (Ed.), *APA handbook of research methods in psychology, Vol 2: Research designs: Quantitative, qualitative, neuropsychological, and biological*. (s. 73–82). American Psychological Association.
- <https://doi.org/10.1037/13620-005>
57. Steiner, Hanuš (1968). *Teoretické problémy propagandy a společenského vědomí*. Vyd. 1. Brno: Universita J.E. Purkyně, pp. 96-120
58. Thomson, C., Mader, M., Münchow, F., Reifler, J., & Schoen, H. (2023). European public opinion: United in supporting Ukraine, divided on the future of NATO. *International Affairs*, 99(6), 2485–2500.
- <https://doi.org/10.1093/ia/iad241>
59. Thomas, T. (2004). Russia's Reflexive Control Theory and the Military. *The Journal of Slavic Military Studies*, 17(2), 237–256.
- <https://doi.org/10.1080/13518040490450529>
60. Till, C. (2021). Propaganda through 'reflexive control' and the mediated construction of reality. *New Media & Society*, 23(6), 1362–1378.
- <https://doi.org/10.1177/1461444820902446>
61. Tindall, L. (2009). J.A. Smith, P. Flower and M. Larkin (2009), *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research* .: London: Sage.

Qualitative Research in Psychology, 6(4), 346–347.

<https://doi.org/10.1080/14780880903340091>

62. Vivion, M., Reid, V., Dubé, E., Coutant, A., Benoit, A., & Tourigny, A. (2024).

How older adults manage misinformation and information overload—A qualitative study. *BMC Public Health*, 24(1), 871.

<https://doi.org/10.1186/s12889-024-18335-x>

63. Wakamiya, L. R. (2011). Post-Soviet Contexts and Trauma Studies. *Slavonica*, 17(2), 134–144. <https://doi.org/10.1179/136174211X13122749974285>

64. Winer, C. (2001). *The impact of trauma on Russian family patterns*. The Union Institute.

65. Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9(2, Pt.2), 1–27.

<https://doi.org/10.1037/h0025848>

66. Zellner, W. (Ed.). (2017). *Security Narratives in Europe: A Wide Range of Views*. Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.

<https://doi.org/10.5771/9783845287508>

PŘÍLOHY

Příloha I – Scénář polostrukturovaného kvalitativního rozhovoru

Příloha II – Ukázka postupu analýzy IPA

Příloha III – Informovaný souhlas

Příloha IV – Bibliografické údaje

PŘÍLOHA I: Scénář polostrukturovaného kvalitativního rozhovoru

ÚVODNÍ OTÁZKA:

- Úvod do kontextu:
vyprávěj mi prosím o sobě, kde ses narodil/a, jak se octnul/a v ČR, čemu se nyní věnuješ?
- **Jaký máš aktuálně vztah k České Republice?**

HLAVNÍ OTÁZKA I: VYPRÁVĚJ MI PROSÍM O TOM, JAKÉ MÁTE V RODINĚ VZTAHY?

- + Jaké to pro tebe je?
- + Jak se spolu dokážete spolu o prožívání vašeho vztahu bavit?
- + Jak na tebe působí postoje rodičů?
- + Jak si myslíš, že to vnímají oni?

Vedlejší otázka: *Výskyt konfliktu (?)*

- Popiš mi prosím, jaké to pro tebe je, být ve sporu s rodinou.
- Co vnímáš jako největší překážku?
- prozkoumat: Čím si myslíš, že to je?

HLAVNÍ OTÁZKA II: PROPAGANDA

- **Myslíš si, že jsou tvoji rodiče ovlivnění propagandou?**
 - jaké to pro tebe je?
- Jak si myslíš, že o propagandě přemýšlejí tví rodiče?
- Jaké to pro tebe je, když se snažíš rodiče vyvést z omylu?
- Jak nyní vypadá forma vašeho setkávání? Specifika kontaktu?
- Jak komunikujete?

- **Co to pro tebe znamená propaganda?**
- **Myslíš si, že si někdy byl/a pod vlivem propagandy?**

HLAVNÍ OTÁZKA III: VÝVOJ VZTAHU

- Popiš mi prosím, jaké to pro tebe bylo dřív, (klidně od malička), jak se prožívání vztahu měnilo
- Nějaké významné události, které tvé prožívání změnily?

Vedlejší otázka: Jaké to pro tebe bylo, když vypukla válka na Ukrajině?

Vedlejší otázka: Jak vnímáš aktuální situaci z pohledu svých známých a kamarádů?
+ kteří mohou být ve stejné situaci, rusů, zde žijících?

Vedlejší otázka: **Jaký máš aktuálně vztah k Rusku?**

Vedlejší otázka: Jaké to pro tebe je, vysvětlovat někomu tvoji aktuální situaci:

Vedlejší otázka: Co je na tom všem pro tebe aktuálně nejtěžší?

ZÁVĚR: Něco dodat na závěr?

PŘÍLOHA II: Ukázka postupu analýzy IPA

můžete přemýšlet, proč jsme vám to záležel. Dá se říct, je jako tvrdě, když to povím tak primitivně. Netuším, jak to vnímají přímo, že vím, že věří na válku, vím, že nechci to, že už je takový, že s nima to fakt zahejbal, protože my jsme dostali, to svoje, dá se říct.

Myslím si, že kdybych to byl jenom já, tak pořad mají ty ale i ta sestra byla taková jako "what?" že to už je moc.

V: Hmm, hmm. Když o tom takhle mluvíme, tak řekl bys, že jsou jako vlastně tvoji rodiče ovlivnění propagandou?

R: Jo, oni jsou target přímo, že ta propaganda v té televizi vždycky byla v pozadí. Televize, jak si vzpomínám, myslím na to, tak je to přímo to, že televize je zaměřena na tohle 40 plus a hlavně promývat tyhlecty, protože starší lidi pak mají, třeba v Rusku aspoň starší lidi pak mají větší slovo i na tom influence nad mladým lidem.... Promiň. Co byla ta otázka? → VÝROZE - SLOVA

V: Jestli propaganda působí na tvoje rodiče?

R: Jojo, no, teďka už vlastně asi míř, ale určitě byli ten target. Hele jakmile změnili, začali změnit sources of information, tak začali chápat ten absurditu Ruského TV poslední tři roky. = OSOBNÍ ÚKUS, NÁVRAST, SBLUŽENÍ

Vlastně jsem fakt cítil, že je to změnilo.

V: Takže teď už mají nějaký jiný chápání té TV?

R: No hej, ale vzniklo to radikální změnou, že už tohle nejde, nemůžete čumět na tu televizi. - RADIKÁLNÍ ZMĚNA - BOB ZLOMIL

Předtím to bylo jakože, byli guided tím, že jestli si zapneš Ruského TV, obzvlášť ten cable TV, co by the way je pořád legal všude. Všude v Německu. Rusáci na to koukali, že to je pořád za pořadem, byly vlastně programují ty lidi, k tomu nemít rád nějaký western... Víš, že moja mama měla předtím i také narážky strašně, že hej to je ze západu nějaký curse nebo nějaká havět, když to řeknu takhle blbě. Já nevím, jak to popsat, protože to je fakt taky primitivní taková vymejvárna televizi. Když ses kouknul nějaký ty pořady, to jsou jen taky hodně alfa, hodně sigma, týpci a ženský, kteří jedou tu svou názorovou řeč hodně prominentně. Funguje to. To obzvlášť na moje rodiče, kteří mají rádi taky ty leaders...

V: Jasný. A přistihnul ses třeba sám někdy pod vlivem propagandy?

R: Určitě, určitě, víš, že když obzvlášť, když vyrůstáš v prostředí, když se necítíš, třeba i v škole nějak vítanej mezi těma, dáš se říct českým čechama, nebo taky ty mikrosrandičky, že a pak začneš sledovat tu televizi a jak tě to meje pořád, že Jou, Rusko je hrdý, hrdý, → HRDOST !! začneš být taky jako hrdější na svůj národ v něčem, vlastně kvůli televizi. Určitě to nebylo jako delší perioda, mluvím 15-16, když jsi fakt v agoni nějaký a máš rychlý tranzice, buď už politický nebo nějak životně, tak určitě jsem se nachytl v tom, ale nevnímám už tak 10-15 let, že by mě to nějak zasahovalo. Ale věřím, že přesně to stejnými děla jako western média, který sleduji (směje se)....

V: Jasný, jaký to je teďka, setkávat se s rodiči a řešit to? Bavit se o tom? Klidně to můžeme srovnat, jak se to vyvíjelo.

R: (Teď) mi to přijde, že to je super, že vlastně jak už byla ta resistance v nějaký vyšší formě, už proběhla, tak se o tom můžu otevřeně bavit a já taky nejsem taky, že jakmile tvoje believes nefunguje s mýma, tak já tě nebudu odepisovat, pořád jsi pro mě hlavně rodič a dál jsi mi život, vychová jsi mě,

RESPEKT

MOMENT OBRAZU
MŮ RODIČE?

STARŠÍ LIDÉ - TARGET
TELEVIZE V
POZADÍ

(T) PROPAGANDY

VŠECH SOBĚSKÝ ŽIVOTA
+ MŮJ POSLEDNÍ DOBROU

TELE = ÚČEKŮSTĚ | TV 7
POSTUP
ZPŮSOBN
NÁSTROJ

HATE NA WESTERN
CHÁPÁNÍ PROPAGANDY

PRIMITIVNÍ VYMEJVÁRNA

SAHODA!!! MODERÁTORI
CHARISMA LIDÍ -
FUNDADE
= OPRAKŮJE SE
MECHANISMUS

(T) RUS V ČR =
[HROSA] RUS

→ IDENTITA

(T) ČETA K RODIČŮM?
- OPRAKŮJE SE
- ROZPUŠTĚ

KOMUNIKACE UZ
DOBRÁ [ČASNÍ OBSTUP]

MĚŘENÍM SPĚT
NIKDY NEBŮDE TAK
SLUNĚ, KŮVĚT TE
ODEPSAL !!

T.

nerozuměli s tou rodinou a maminou, tak já jsem přestala o tom mluvit jako o těch všech věcech, co děláme. I když jsme odjízďeli třeba do toho ~~...~~ nebo nikam jinam. Já sama domů pak ani moc nepovídala, co jsme tam dělali, a nebo dělali jsme nějaké jako setkání s nějakými politikama v té škole, že tam přichází, dělali nějaké přednášky. A já jsem ukryvala, že se to stalo, protože jsem nechtěla jako jít do těch rozhovorů nějakých nepřijemných, ve kterých jsem viděla, že každopádně jako k ničemu nepůjdeme společně. A ... ještě taková, debilní vtipná věc, že no, jestli nebereme toho mého mladšího bratra, tak já jsem nejmladší z celé té jako dospělé rodiny.

A po celému životě já dostávám takové jako replika, že "no až ty vyrosteš tak pochopíš".
 !! ty to prostě nemůžeš teď pochopit, protože nevíš veškeré ty kontexty a veškeré souvislosti.

Není všechno tak jednoduché. A jednoznačné."

V: A jak to vnímáš teďka, když už jsi dospělá toto?

R: No to je bilbost (směje se) To je jasné jako rozhodně to bilbost. Ale vlastně... no takže já jsem s tou rodinou o tom moc o tom nemluvila. Ale když se začal válka, tak mě prostě to emocionálně hrozně uneslo. A já jsem... A já mám takový jako rodinný ~~...~~. Já jsem tam psala nějaké fakt šílené věci, nepřijemné, ale pak zpětně jsem se uvědomovala, že vlastně v tuhle chvíli úplně cokoliv, co já řeknu, bude naopak podporovat to moje přemýšlení v propagandě. A vlastně, na co jsem narazila, že on to funguje tak, že tam je nějaký kus lži, ale ještě je to trochu posypané nějakou jako málečka tou pravdou... No. A takovým způsobem to nějak funguje. Právě zase jsem narazila na to, že to nemá, jako za A jsem si nadávala, že já jsem nemluvila ještě před válkou nějakých věcech, ale za B, že zase k ničemu nepůjdeme teď. Fakt úplně všechno, co já řeknu, co si děje, jak já tom vnímám, bude každopádně podporovat nějaké ty náhled na situace.

V: Rozumem. No a jak si myslíš, že o tom přemýšlí oni, tvoji rodiče, nebo rodina tam? Myslíš, že to nějak vnímají? Když s nimi mluvíš třeba?

R: (Mlčí chvíli) Tady bych asin potřebovala nějaký konkrétnější příklad?

V: Ty si říkala, že třeba posíláš něco občas do rodinného ~~...~~ nebo se posílala?

R: No právě založené na te informace... právě, ale.. (přemýšlí) No ale z toho mého pozorování, tam i v té propagandě, tam jsou ještě další rozdělení těch prudu. Zase, já si myslím, že třeba moje máma spíše opakuje nějaké slova svého bráchy, který je jako hodně vzdělány, a nebo nějaké věci na naposlouchá nějakých podcastů nebo tak, které jsou už tam v kontextu. Ale třeba s tím mým strýcem vůbec nedokážu o tomto mluvit. ...

On, je úplně.. No... Já si myslím, že on právě stojí na tom, že ten jeho obrázek, toho jak všechno probíhá, úplně jako pevně jasný. Tam ještě možná zapojí na taková ta linka těch pravoslavný...
 Vlastně moja rodina je dost také religiózní. Někaké ty věci třeba, nevím, o LGBT nebo o potratech, to všechno, jak se to reprezentuje tam v tom Rusku, co se vůbec děje v té gayropě !!!

V: Tam se to tak říká gayropa?

REPORT:
 RODINA x CO NĚLÁM
 → NÁMĚŘÍ NA SWOBODU V LMBDII

T. ROZHODOVY S
 RODINOU - CHTĚVÁNÍ
 L OSOBNÍ A CHTIVÉ
 OBKLOUPÍ SE PŘESVĚDČENÍ
 O KAPITULACII STARŠÍCH

NARRATIV RODIN:
 - POTLAČENÍ VLASTNÍHO
 NÁZORU?
 (= SWOBODA MÝŠLENÍ)
 DNEŠ UŽ JE TO JINAK
 → VÍKOS, ČASOVÉ OSTATI
 ZPĚTNĚ HODNOTĚNO
 DILACIONÁLNĚ

T. FUNKOVÁNÍ PRONÁMĚN
 - OSOBNÍ CHTĚVÁNÍ
 - MÁMA x LÁI
 TĚMA ZBĚTEČNĚ
 ENERGIJE? - PRONÁMĚN
 ↓
 MEUNĚKÁŠ NIC' DEFINIČNĚ

MECHANISMUS PROPAGANDY
 - VÍCE DOKUDY PROPAGANDY
 - VÍCE VĚŘENÍ ČLOVĚK,
 ŽAK SE MŮŽE SÍSTI

- NĚLZE MLUVIT.
 T. RELIGIOZITA
 - TĚMATA - TASU ...
 - REPORT -
 L PRÁVOPAV. JAKO OCHRÁNĚ
 PASTIČNÍCH KONOT



PŘÍLOHA III: Informovaný souhlas

INFORMOVANÝ SOUHLAS

Informovaný souhlas s poskytnutím rozhovoru a jeho následným vyžitím pro účely diplomové práce: Rodinné vztahy pod vlivem propagandy optikou Rusů žijících v ČR

Svým podpisem vyjadřuji souhlas s následujícími body:

Byl/a jsem informován/a o účelu rozhovoru, kterým je sběr dat pro výzkumnou část diplomové práce Bc. Daniela Fleka s názvem Rodinné vztahy pod vlivem propagandy optikou Rusů žijících v ČR. Cílem výzkumu je analýza a mapování vnitřního naladění těch, kterým aktuální geopolitická situace ve východní Evropě změnila prožívání rodinných vztahů. Výzkum je prováděn v rámci diplomové práce na Pražské vysoké škole psychosociálních studií.

Bylo mi sděleno, jak dlouhý bude rozhovor a jaký bude mít průběh. Jsem seznámen/a s právem odmítnout odpovědět na jakoukoli otázku, případně do 3 dnů od uskutečnění rozhovoru odmítnout účast ve výzkumu.

Souhlasím s nahráváním rozhovoru a jeho následným zpracováním. Zvukový záznam rozhovoru nebude poskytnut třetím stranám a po přepsání bude vymazán. Transkripce bude přístupná pouze komisi u obhajoby diplomové práce, části citované v textu práce budou volně dostupné v anonymizované podobě.

Byl/a jsem obeznámen/a s tím, jak bude s rozhovory nakládáno a jakým způsobem bude zajištěna anonymita i po ukončení rozhovoru, která znemožní identifikaci mé osoby. Nikde nebude uvedeno mé jméno či jiné osobní údaje, kterým bych mohl/a být identifikován/a. Dávám své svolení k tomu, aby student použil rozhovor pro potřeby své diplomové práce. Přepis rozhovoru bude uchován u autora práce. (Správa osobních údajů získaných při výzkumu se řídí nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES (obecným nařízením o ochraně osobních údajů; GDPR) zákonem 110/2019 Sb. o zpracování osobních údajů.)

Já (jméno a příjmení)narozen/á (datum narození)
telefonním číslem**souhlasím s výše uvedenými podmínkami.**

Datum a místo:

podpis respondenta

podpis výzkumníka

PŘÍLOHA IV: Bibliografické údaje

Jméno a příjmení autora: Bc. Daniel Flek

Studijní program: Psychologie

Název práce: Rodinné vztahy pod vlivem propagandy optikou Rusů žijících v ČR

Vedoucí práce: Mgr. Ing. Eva Dubovská, Ph.D.

Rok dokončení práce: 2024

Počty znaků hlavního textu práce (včetně literatury, bez příloh): 142,789

Přímé citace: 9

Celkový počet znaků: 148,393

Počet pramenů a literatury: 66

Text práce ve formátu PDF: DIPLOMOVÁ PRÁCE_D.FLEK.pdf

Text práce ve formátu DOC nebo DOCX: DIPLOMOVÁ PRÁCE_D.FLEK.docx