

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA
KATEDRA POLITOLOGIE A EVROPSKÝCH STUDIÍ

Phuong Linh Nguyenová

**ZAHRANIČNÍ POLITIKA RUSKÉ FEDERACE: VYUŽITÍ MĚKKÉ
MOCI A PROPAGANDY**

Bakalářská práce

Vedoucí práce

Mgr. Markéta Žídková Ph.D., M. A.

Olomouc 2018

Prohlášení

Tímto prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Zahraniční politika Ruské federace: využití měkké moci a propagandy“ vypracovala pod vedením vedoucí bakalářské práce samostatně za použití v práci uvedených pramenů a literatury.

V Olomouci dne

Podpis

Ráda bych touto cestou vyjádřila poděkování Mgr. Markétě Žídkové Ph.D., M. A. za odborné vedení bakalářské práce, poskytnuté konzultace a za její cenné rady a připomínky k obsahové i formální stránce textu.

.....

podpis

Obsah

Úvod	5
1. Teoretické ukotvení: propaganda a měkká moc	8
1.1 Propaganda: definice a charakteristika	8
1.2 Typologie propagandy.....	10
1.3 Využití propagandy ve 20. století.....	12
1.4 Koncept měkké moci	15
1.4.1 Zdroje měkké moci.....	17
1.4.2 Hodnocení měkké moci.....	18
1.5 Měkká moc: veřejná diplomacie vs. propaganda	19
2. Ruské pojetí měkké moci	21
2.1 Zdroje měkké moci Ruska	21
2.1.1 Kultura a jazyk	21
2.1.2 Pravoslavná církev	24
2.1.3 Ruské politické hodnoty.....	25
2.1.4 Zahraniční politika a koncept měkké moci	26
2.2 Ruská „ofenzivní měkká moc“	31
2.2.1 Mimesis	31
2.2.2 Rollback	33
2.2.3 Invention.....	34
3. Měkká moc a ruská státní propaganda	37
3.1 Od sovětské propagandy po současnou ruskou propagandu	37
3.2 RT jako nástroj ruské propagandy v zahraničí	41
Závěr	47
Literatura	50
Přílohy: grafy a tabulky	61
Abstrakt	65
Abstract	65

Úvod

V posledních letech čelí nejen postkomunistické země, ale i západní státy hrozbě pocházející z Ruska v podobě masivní propagandy. Dezinformace jsou ve velké míře rozšiřovány v ruských médiích působících v zahraničí. S novými technologiemi 21. století přichází také snadnější šíření velkého množství informací. Internet se stává jedním z nejužívanějších způsobů přenášení informací a dat. Miliardy lidí v dnešní době mohou nejen v televizi či rozhlasu, ale i na svých počítačích a v mobilních telefonech sledovat dění na domácí i zahraniční scéně. Přenos informací se velmi urychlil, a tak je skutečností, že v jednom okamžiku se odehraje událost a během několika minut jsou již o ní informováni lidé z druhé poloviny zeměkoule. Člověk je postupně zahlcen velkým množstvím informací a v mnoha případech není schopný roztřídit a rozlišit, které jsou relevantní a které jsou nepravdivé. Sociální sítě, které registrují velký počet uživatelů, jsou místem, kde dochází k nekontrolovanému šíření dat a informací, což v důsledku způsobuje ještě větší zmatek a neschopnost utřídit si správnost či přesnost přijímaných novin. Joseph S. Nye se zmiňuje o důležitosti a roli informací a říká, že *„informace je moc a moderní informační technologie umožňují šířit informace do mnohem rozsáhlejších oblastí“* (2004: 1). Tomuto novému informačnímu věku se musí společnost přizpůsobit.

V 90. letech minulého století byl zaveden americkým politologem Josephem S. Nym termín „soft power“ (měkká moc). Koncept měkké moci vyjadřuje schopnost jednoho aktéra ovlivnit chování ostatních, a to na základě jeho samotné atraktivity, nikoliv na základě nátlaku či rozkazů (Nye 2004). Tento koncept byl začleněn do zahraničních politik mnohých států. Mezi země, které disponují nejsilnější měkkou mocí, patří zejména Velká Británie, Spojené státy americké a Německo. Stejně jako tyto státy, i Ruská federace začlenila koncept měkké moci do své zahraniční politiky.

Cílem této práce je charakterizovat ruské pojetí měkké moci a posléze analyzovat využití této moci ruskou vládou, a to zejména v období vlády Vladimíra Putina. Práce je zaměřena na metody využívané Kremlem, které jsou charakterizované jako nástroje měkké moci. Práce je rozdělena do tří hlavních částí. První kapitola je zaměřena na definice propagandy a teorii konceptu měkké moci. Cílem je definovat a určit jejich charakteristické rysy. Práce představí několik definic propagandy různých autorů, jako jsou například Bernays, Welsch, O'Donnell a Jowett. Analýza těchto definic poukáže na charakteristické rysy propagandy. Další podkapitola je zaměřena na typologii propagandy a její roli a využití ve 20. století, kdy je za zásadní milník považována první světová válka. Právě tato válka

poukázala na sílu a možnosti propagandy. Druhá část teoretické kapitoly se zabývá samotným konceptem měkké moci. Tato část práce vychází zejména z publikací J. S. Nye, který je autorem konceptu měkké moci. Pozornost je věnována vnímání moci v minulosti a v současné době a následně konceptu měkké moci a jejím odlišností oproti druhé složce moci, a to tzv. hard power (tvrdá moc). Dílčím cílem této kapitoly je charakterizovat primární zdroje měkké moci. Poslední podkapitola se zabývá otázkami, *zda je možné považovat propagandu za nástroj, který lze používat v rámci měkké moci a jak lze odlišit propagandu od veřejné diplomacie*. V této části práce představí pohledy různých akademiků na tuto otázku.

Druhá kapitola analyzuje ruské vnímání měkké moci, jež se v průběhu času proměňovalo. Již Sovětský svaz disponoval metodami a prvky, které by po definování konceptu měkké moci mohly být charakterizovány právě jako její součást. Nicméně pozornost je věnována zejména využití ruské měkké moci v zahraniční politice v období vlády Vladimír Putina, zvláště v poslední dekádě. Tato kapitola si tedy klade za cíl odpovědět na výzkumné otázky, *zda se liší přístup Ruské federace ke konceptu měkké moci od přístupu západních zemí a z jakých primárních zdrojů vychází ruská měkká moc*. Je velmi důležité určit metody a způsoby, které ruská vláda využívá jako nástroje měkké moci.

Předmětem poslední části práce je zkoumání propagandistických nástrojů ruské vlády a jejich využití v zahraničí. Nepostradatelnou součástí této kapitoly je analýza metod používaných ruskou vládou v rámci měkké moci. Kapitola hledá odpověď na otázku, *zda je možné tyto metody považovat za součást státem vedené propagandy*. Tuto část práce považují za klíčovou, jelikož v obou případech (měkká moc i propaganda) je cílem ovlivnit chování a jednání ostatních, ačkoli prostředky, které mají dopomoci k takovému účelu, se v západním a ruském pojetí liší. Je tedy důležité vycházet z poznatků druhé kapitoly, která detailně analyzuje právě praktiky a metody využívané v rámci ruské měkké moci. Tato část práce přinese podrobnou analýzu fungování zpravodajské stanice Russia Today (dnes RT), která je řízená státem a lidé si ji mohou naladit ve více než 100 zemích světa.

Práce se zaměřuje na koncept měkké moci jako součást zahraniční politiky Ruské federace. Z tohoto důvodu nelze čerpat z kvantitativních dat. Jedná se tedy o případovou studii, která se opírá o teorie zejména západních akademiků. Primárním předmětem studie je analýza ruského pojetí měkké moci, jejích primárních zdrojů a nástrojů k její uplatnění v zahraničí, přičemž je kladen důraz na praktiky a aktivity zpravodajské stanice RT.

Zdroje, z nichž práce vychází, jsou zejména v anglickém jazyce. Jedná se o texty různých autorů, ale také o texty zpracovaných think-tanky, zpravodajskými servery, vládními orgány nebo dalšími organizacemi. Teoretická část práce je vypracována na základě studia

teoretických přístupů autorů, jejichž primárním předmětem zkoumání je propaganda a koncept měkké moci. Pro teoretické vymezení propagandy jsou stěžejní publikace profesora historie Davida Welche, který se specializuje na politickou propagandu v 20. století. Podílel se i na sepsání odborné publikace s názvem *Propaganda and Mass Persuasion: A Historical Encyclopedia from 1500 to the Present*. Publikace je systematicky rozdělena a propaganda je zde zkoumána ze všech perspektiv. Mezi další autory této publikace patří americký profesor historie David H. Culbert a Nicholas J. Cull, historik působící na Univerzitě Jižní Kalifornie. Garth S. Jowett a Victoria O'Donnell, kteří se ve svých textech zaměřují na analýzu propagandy a prostředků k přesvědčování a kteří jsou autory monografie *Propaganda and Persuasion*.

Americký politolog Joseph S. Nye vytvořil teoretický základ pro koncept měkké moci. Jednou z nejcitovanějších monografií, v níž se tento politolog věnuje definování měkké moci, nese název *Soft power: the means to success in world politics*, jež byla vydána v roce 2004. Autor analyzuje dimenze a primární zdroje měkké moci. Část práce týkající se rozdílu mezi propagandou a veřejnou diplomacií čerpá z textů akademiků, kteří se specializují na veřejnou diplomacii. Například se jedná o profesora diplomacie Jana Melissena, který editoval knihu s názvem *The New Public Diplomacy*. Zaměřuje se na využití veřejné diplomacie, která je jedním z nástrojů k prosazování měkké moci. Zároveň se autor věnuje rysům, pomocí nichž lze odlišit propagandu od veřejné diplomacie. Podobně jako Jan Melissen i Joseph S. Nye se zabývá ve svých textech vztahem mezi propagandou a měkkou mocí.

K analýze ruského pojetí měkké moci práce vychází zejména z textů akademiků, kteří se specializují na ruskou zahraniční politiku. Publikace *Putin's Propaganda Machine: Russian Soft Power and Foreign Policy* nizozemského politologa a specialisty na ruskou zahraniční politiku Marcela H. Van Herpena je jednou z novějších detailních analýz ruského pojetí měkké moci a jejího využití v zahraniční politice Ruské federace, a proto důležitým zdrojem pro vypracování druhé kapitoly. Van Herpenova monografie byla vydána v roce 2016. K charakterizování ruského vnímání měkké moci je velmi důležité čerpat z oficiálních vládních dokumentů. V poslední části, která má za cíl odpovědět na otázku, *zda je propaganda zahrnuta v ruském pojetí měkké moci*, jsou primárními zdroji texty odborníků na ruskou propagandu, mezi které lze zařadit Petera Pomerantseva a Michaela Weisse. Ve svých textech především analyzují metody, které využívá Kreml k šíření propagandy a vedení informační války. V České republice se tématem ruské propagandy zabývá několik odborníků, například Michal Romancov, který se specializuje na Ruskou federaci z geopolitické perspektivy. Nicméně v rámci tématu měkké moci, respektive ruského pojetí tohoto konceptu, je zde nedostatek českých publikací či odborných článků, ze kterých by tato práce mohla čerpat.

1. Teoretické ukotvení: propaganda a měkká moc

Hlavním cílem této kapitoly je definovat pojem propaganda a koncept měkké moci. Tématem propagandy se zabývá mnoho autorů, a z tohoto důvodu se práce zaměří na definice propagandy různých teoretiků a na základě toho zjistí základní rysy a faktory charakterizující propagandu. Tato kapitola věnuje pozornost definicím, které akademici hledali ve 20. století, například Edward L. Bernays, který svou publikaci *Propaganda* vydal v roce 1928, ale také novějších definicím. Součástí této kapitoly je představení klasifikací propagandy, tedy jak lze odlišit druhy propagandy. V další části je poukázáno na využití propagandy ve 20. století. Pro toto časové období jsem se rozhodla z několika důvodů. Prvním z nich je rozsah práce, který nedovolí podrobněji se zaměřit na vývoj a využívání propagandy v dřívější historii. Dalším důvodem je skutečnost, že to byla právě první světová válka, která naprosto změnila pojetí propagandy. Došlo k obrovskému rozšíření používání tohoto nástroje k přesvědčování a k manipulaci s veřejností. Poslední část této kapitoly je zaměřena na koncept měkké moci, jehož autorem je americký politolog Joseph S. Nye. Na základě studia jeho textů práce představí tento koncept a jeho primární zdroje. Dílčím cílem této kapitoly je spojení propagandy a konceptu měkké moci, a přinese odpověď na otázku, zda by měla být propaganda jedním z nástrojů veřejné diplomacie a pomoci tedy k posílení měkké moci.

1.1 Propaganda: definice a charakteristika

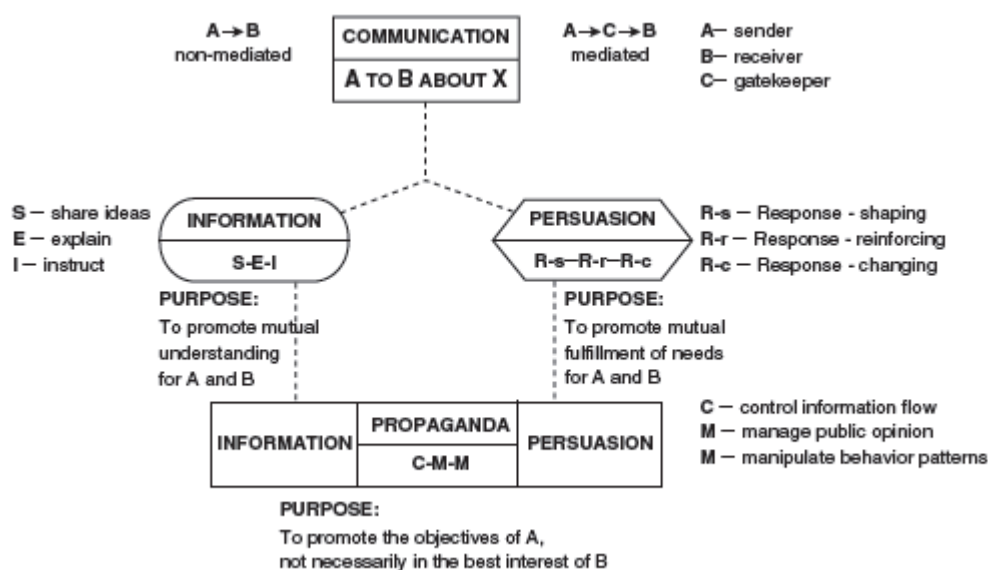
Samotný termín propaganda byl poprvé použit v roce 1627 jako součást názvu organizace, kterou založila katolická církev k boji proti reformním snahám. Tato organizace byla označována jako *Sacred College de Propaganda Fide* (do češtiny přeloženo jako Kongregace pro propagaci víry). Pojem propaganda je úzce spjat s manipulací. Jejím cílem je zmanipulovat chování veřejnosti a manipulace jejích názorů. Americký profesor Garth Jowett, který se zaměřuje na historii komunikace a studium propagandy, a americká profesorka Victoria O'Donnell uvádí, že „jedna z hlavních obav, která se objevila na konci 19. století, se týkala budoucnosti demokratických procesů, které čelily novým možnostem manipulace veřejného mínění prostřednictvím propracovaných technik propagandy“ (2012: 102-103). Podle Edwarda L. Bernayse je propaganda mechanismem, pomocí kterého jsou rozšiřovány ideje. Dále propagandu definuje jako organizované úsilí k šíření určitých názorů a postupů. Popisuje ji jako neviditelnou ruku nějaké neviditelné vlády. Také podotýká, že propaganda nikdy nezmezí, bude součástí společnosti (Bernays 1928: 19-20). Manipulační metody jsou lidmi využívány již po dlouhou dobu.

Většina veřejnosti (v současnosti i v minulosti) vnímá pojem propaganda jako negativní, a to v důsledku využitím propagandy k manipulování veřejného mínění během dvou totálních válek. Podle E. L. Bernayse je však propaganda nezbytnou součástí našeho života, která je využívána politiky, ekonomikou, literaturou nebo i charitou s cílem zapůsobit na širokou veřejnost. V době psaní publikace *Propaganda* také uvedl, že se propaganda využívá častěji jako prostředek k manipulování veřejného mínění, jelikož prokázala svou úspěšnost v získávání podpory veřejnosti (Bernays 1928: 26). Britský historik David Welch, který se zaměřuje na propagandu ve 20. století, ji definuje jako *“záměrnou snahu ovlivňovat mínění publika prostřednictvím přenosu názorů a hodnot pro určitý účel, vědomě navrženou tak, aby sloužila zájmům propagandistů a jejich politickým pánům, ať už přímo nebo nepřímo”* (Welch 2003: 317). Welch ve svém pojetí spojuje propagandu přímo s politikou. Zmiňuje se také o Haroldu Lasswellovi a jeho definici propagandy jako nástroji k *„manipulaci kolektivních postojů s použitím významných symbolů“* (Welch 2003: 318). Společným charakteristickým rysem propagandy je podle těchto definic manipulace.

K vedení propagandy je klíčové znát její účel. Musí být vytyčen cíl, kterého by propaganda měla dosáhnout. Hlavním úkolem propagandy je přesvědčit daný subjekt, že právě daný názor je tím správným, a tím eliminovat zbývající názory. Definice pojmu propaganda se v průběhu času měnily. Do některých definic například bylo začleněno využívání umění k přesvědčení široké veřejnosti (Cooper 2003: 23). Nicméně základními rysy, které jsou společné všem definicím propagandy, jsou ovlivňování druhých lidí, přesvědčování o určitých názorech a postojích, které propagandisté prosazují.

Jowett a O'Donnell se soustředí na propagandu jako na komunikační proces a zkoumají účel tohoto procesu. Jejich slovy je propaganda *„úmyslný, systematický pokus o utváření pohledů, manipulaci vnímání a řízení chování s cílem dosáhnout záměru propagandistů“* (2012: 7). Také podotýkají, že je důležité odlišovat propagandu od přesvědčování. Nejen v běžné konverzaci, ale i v některých odborných publikacích stále dochází k záměně těchto pojmů a jejich chápání. Jak propagandu, tak i přesvědčování lze považovat za druhy komunikace ve společnosti. Nicméně základním rozdílem je fakt, že v případě propagandy jsou využívány přesvědčovací metody s cílem ovlivnit veřejné mínění a dosáhnout záměrů propagandistů. Kdežto přesvědčování má za cíl uspokojit potřeby obou stran, jak přesvědčujícího, tak i přesvědčovaného (Jowett, O'Donnell 2012:1). Autoři sestavili model účelu propagandy, který poukazuje na rozdíl mezi propagandou a přesvědčováním, a to na základě jejich účelu.

Graf č. 1: Model účelu propagandy



Zdroj: Jowett, O'Donnell (2012: 29)

Tento model ukazuje na podobnosti mezi přesvědčováním a propagandou, nicméně je tu nepatrný rozdíl, který odlišuje tyto dva pojmy. Autoři uvádí, že tím zásadním rozdílem je účel použitých technik. Z tohoto modelu lze vyčíst, že hlavním účelem přesvědčování je prosazovat oboustranné naplnění potřeb jak pro „odesílatele,“ tak i pro „příjemce“ informací. Kdežto v případě propagandy je účelem prosazovat záměry „odesílatele,“ které však nemusí být v zájmu „příjemce“ (Jowett, O'Donnell 2012: 29-30). Propaganda se snaží kontrolovat informace a zmanipulovat vzorce chování veřejnosti.

1.2 Typologie propagandy

Jedna z nejčastějších typologií propagandy se zakládá na původu zdroje a přesnosti šířených informací a rozlišuje tři druhy. První z nich je *bílá propaganda*, u níž je zdroj poskytovaných informací většinou přesný, známý a identifikovatelný. Cílem je získat publikum na základě skutečných faktů na svoji stranu a zároveň působit jako „ta dobrá strana“ (Jowett, O'Donnell 2012: 17). Takovou propagandu většinou vedou vládní agentury. Přesnost poskytovaných informací je velmi důležitá, jelikož jakákoliv nepřesnost může mít vliv na kredibilitu a reputaci zdroje (Welch 2003: 426). V období studené války „*Voice of America* a *Radio Moscow* využívaly tento typ propagandy s cílem získat kredibilitu u publika“ (Welch 2003: 426). Bílá propaganda je nejméně agresivním typem.

Dalším typem je *černá propaganda*, která je charakteristická zejména tím, že uvedený zdroj není důvěryhodný a dochází k šíření lží a dezinformací. Jowell říká, že taková propaganda je „jednou velkou lží“ (Jowett, O'Donnell 2012: 18). Takovou formu propagandy často využívají vlády a armády jednotlivých zemí. Jako příklad černé propagandy lze uvést využití dokumentu s názvem *Protokoly sionských mudrců*, který byl sepsán v Rusku za vlády cara Mikuláše II. s cílem zdiskreditovat Židy. Protokoly obsahovaly popis a informace z údajného tajného setkání Židů a jejich plán k ovládnutí světa (Gardner 2009). Tyto protokoly byly opakovaně využity různými subjekty k podpoře antisemitismu. Hitler se obrací na tento dokument ve svém díle *Mein Kampf* a na základě něj i ospravedlňoval holocaust (Herf 2005: 51, Jowett, O'Donnell 2012: 18). Protokoly se také objevily v zemích Blízkého východu, kde byly využívány jako důkaz o židovském světovém spiknutí a měly ospravedlňovat útoky na stát Izrael (Jowett, O'Donnell 2012: 18). Zároveň upozorňují na skutečnost, že „úspěch černé propagandy je závislý na ochotě lidí přijmout důvěryhodnost zdrojů“ (Jowett, O'Donnell 2012: 20). Černá propaganda obvykle měla za cíl zdiskreditovat protější stranu.

Posledním typem, kterou definovali Jowett a O'Donnell, je *šedá propaganda*. Lze ji jednoduše definovat jako tu, která se nachází mezi černou a bílou propagandou. Zdroj informací může být v některých případech udán pravdivě, v některých naopak nemusí být uveden vůbec. Zároveň obsah informací nemusí být přesný. Identifikace zdroje je v tomto případě velmi obtížná. Tento typ propagandy je velmi rozšířený a využíván nejen státními institucemi, ale i soukromými společnostmi. Welch tvrdí, že „šedá propaganda začala být využívána, jelikož je přímější a agresivnější než bílá propaganda, ale na druhou stranu je méně ofenzivní jako ta černá“ (Welch 2003: 152). Zároveň uvádí jako příklad Velkou Británii, která na konci druhé světové války zřídila v rámci Ministerstva zahraničí agenturu s názvem Information Research Department. Tato agentura vedla šedou propagandu proti Sovětskému svazu, jelikož podle jejího názoru je tento typ přímější a agresivnější než bílá propaganda, ale zároveň to nebyla černá propaganda, kterou využívala tajná služba MI6 (Welch 2003: 152).

Francouzský sociolog F. Ellul rozlišuje dva základní typy propagandy, a to *politickou* a *společenskou*. Uvádí, že propaganda „zahrnuje techniky k ovlivňování používané vládou, stranou, administrativou, nátlakovou skupinou s cílem změnit mínění veřejnosti“ (1973: 62). Dále podotýká, že metody jsou vybírány s úmyslem a strategicky. Nejčastěji má propaganda politické motivy a cíle, a takovou propagandu lze jednoznačně odlišit od reklamy. Jedná se tedy o politickou propagandu, která může být strategická nebo taktická (Ellul 1973: 62). Za takový příklad lze považovat nacistickou a sovětskou propagandu. Sociologickou propagandu charakterizuje jako „manifestace, pomocí kterých společnost usiluje o integraci co největšího

množství jednotlivců s cílem sjednotit chování svých členů podle určitého vzorce, a tím dosáhnout rozšíření stylu života této společnosti“ (Ellul 1973: 62-63). Za příklad tohoto typu propagandy lze považovat křesťanskou propagandu ve středověku (Ellul 1973: 63). V kontextu dnešní doby lze uvést příklady americké, čínské nebo ruské propagandy.

1.3 Využití propagandy ve 20. století

Propaganda a její techniky k manipulaci názorů lidí byly používány i v minulosti. Původně byl tento termín vnímán neutrálně jako způsob šíření určitého názoru či myšlenky (Misyuk 2013: 76). Tento fakt se změnil s první světovou válkou, v průběhu níž se ukázala síla propagandy při řízení společenských procesů. Pojem začal být spojován s hrůzami, které válka přinesla, a začal být vnímán velmi negativně (Ftorek 2010: 46, Misyuk 2013: 76). Propaganda byla i v minulosti využívána během válek, nicméně se v průběhu první světové války stala více rozšířenou a nabyla na své významnosti. Když americký filozof a lingvista Noam Chomsky popisuje použití propagandy americkou vládou v době první světové války a říká, že se jednalo o první vládní operaci s využitím moderní propagandy, kdy za vlády amerického prezidenta Wilsona Woodrowa vznikla tzv. The Committee on Public Information (nebo také Creed Committee), jejímž cílem bylo ovlivňovat veřejné mínění (1997: 7-8). Chomsky dále uvádí, že *„americká veřejnost byla v době války pacifistická a neměla zájem se nijak zapojit do války v Evropě“* (Chomsky 1997: 8). Hlavním úkolem této nově vzniklé komise bylo přesvědčit širokou veřejnost, že je zapotřebí vstoupit do války. Tohoto cíle bylo dosaženo relativně rychle, a to během šesti měsíců. Chomsky tvrdí, že *„se komisi podařilo obrátit pacifistickou společnost v hysterickou, válkychtivou společnost, která chtěla zničit vše, co bylo německé“* (1997: 8). První světová válka naprosto změnila vnímání a využívání metod propagandy.

I další země zapojené do války využívaly přesvědčovací metody k manipulaci veřejnosti. Propaganda se stala nezbytnou součástí války. Na lokální úrovni začaly vznikat nové organizace a instituce, které se snažily pomocí různých metod přesvědčovat veřejnost, aby podporovala svoji zemi v pokračující válce. Například ve Spojeném království vzniklo v roce 1918 Ministerstvo pro informace, které mělo za úkol řídit propagaci ve všech zemích mimo britské impérium (Peil 1942: 12). Ve Velké Británii se k propagandě přistupovalo jako k *„propagandě faktů“*, která spočívala v prezentování daných událostí co nejpřesněji tak, jak se odehrála ve skutečnosti. Avšak tato fakta byla interpretována takovým způsobem, aby přinesla pozitivní odezvy pro britskou politiku (Badsey 2003: 439). Nejčastější formou rozšiřování myšlenek byly plakáty s poutavými slogany. Na druhou stranu, i státy tzv. Trojspolku využívaly metody k manipulaci veřejného mínění. Jak ovšem argumentuje

britský historik Badsey, propagandistické snahy nebyly tak propracované a sofistikované jako například ve Velké Británii (Badsey 2003: 439-340). Celkově se dá říci, že právě první světová válka byla klíčovým obdobím pro vývoj propagandy, která se v této době změnila v mechanismus užívaný vládami k manipulaci se širokou veřejností.

V průběhu druhé světové války se taktika britské propagandy nijak zásadně nelišila od té předchozí. Stále se zakládala na propagandě faktů. Základní strukturu propagandy tvořilo Ministerstvo informací a tzv. Politický a válečný výbor. Důležitou součástí byla British Broadcasting Corporation (BBC), která zajišťovala zpravodajství o válce. Podle N. J. Culla dopomohla BBC Velké Británii k získání silné reputace a kredibility (2003: 441). K celkové úspěšnosti britské propagandy také přispěla skvělá řečnická schopnost Winstona Churchilla, předsedy vlády v letech 1940-1945 (Cull 2003: 441). Významnou roli sehrál filmový průmysl, který taktéž pomáhal udržovat válečnou podporu domácího obyvatelstva, kdy byly produkovány různé dokumentární snímky s válečnou tematikou (Cull: 2003: 441). Americký akademik Theodore Kornweibel konstatoval, že v USA „*zábavní průmysl sehrál důležitou roli v povzbuzování patriotismu a morálky a v propagaci oficiální verze války po roce 1941*“ (Kornweibel 1981: 6). Ministr propagandy v nacistickém Německu J. Goebbels si uvědomoval důležitost filmu jako nástroje pro šíření propagandy. Americký profesor Gary Jason poukazuje na důkaz o roli filmového průmyslu v Německu a podotýká, že „*Goebbels založil nacistickou filmovou školu, jejímž úkolem bylo naučit lidi ve filmovém průmyslu vytvářet filmy, které jsou v souladu s nacistickou ideologií*“ (Jason 2013: 204). Filmy a dokumentární snímky měly poukázat na sílu armády.

Ve 30. a 40. letech sehrála propaganda významnou roli v plánu Adolfa Hitlera ovládnout celou Evropu. K řízení celé propagandistické mašinérie bylo zřízeno Říšské ministerstvo pro lidovou osvětu a propagandu¹ a ministrem pro tento sektor se stal Joseph Goebbels. James Wilson shrnul působení tohoto ministerstva slovy: „*Ministersvo propagandy dosáhlo nepředstavitelného. Dokázalo se infiltrovat a ovlivnit každý aspekt společnosti (...) Goebbels dokázal téměř sám koncipovat a dát dohromady takové elementy nezbytné pro zkonstruování té nejvíce ohromné a efektivní propagandistické mašinérie, která kdy vůbec existovala*“ (Wilson 2007: 9). Tento orgán měl za úkol zmanipulovat německý národ a připravit jej na válku, která byla „nevyhnutelná“ a k níž bylo Německo „donuceno“ a jedinou možností, jak vyřešit německé problémy, bylo použití síly (Welch 2001: 62). Cílem tedy bylo vytvořit národ, který chce vést válku. Hlavním heslem se stalo „*Dnes Německo, zítra celý svět*“

¹ Přeloženo z německého názvu *Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda*.

(Welch 2003: 442). Propaganda byla rozšiřována pomocí rádia, novin, filmů, plakátů, masových shromáždění a mnohými jinými způsoby (Welch 2003: 442). Docházelo k vytváření konspirací o různých národech, které chtějí zničit Německo a celý německý národ. Později, když Hitler začal ztrácet kontrolu nad situací v Rusku, vláda přišla s tezí, že ruští bolševici jsou velkou hrozbou a proti nim stojí Říše jako ochránce Evropy (Welch 2003: 442). Dalším úkolem propracované propagandy bylo posílit antisemitismus v německé společnosti, k čemuž byla využita černá propaganda, která se odolávala na již výše zmiňované Protokoly sionských mudrců. Židé byli podle propagandistů špatní ve všech ohledech a hlavním úkolem Německa bylo zachránit svět před židovskou nadvládou (Welch 2007: 12). Propaganda vykreslovala Německo jako oběť, která čelí pokusům bolševiků, Britů či Židů jej ovládnout. Ministerstvo propagandy prezentovalo druhou světovou válku jako „*válku mezi nacistickým Německem a mezinárodním židovským spiknutím*“ (Herf 2005: 52). Mnozí historici jsou toho názoru, že to byla právě propaganda, pomocí které dosáhla Třetí říše velkých politických cílů (Stout 2011; Welch 2007). Nacistická propaganda byla velmi detailně propracovaná a byla jednou z neúspěšnějších v manipulaci postojů a chování veřejnosti.

Propaganda se v průběhu studené války, která je také někdy nazývána „Válkou slov“ (Nietzel 2016), stala integrální součástí zahraničních politik dvou světových velmocí a jak SSSR, tak i USA na sebe útočily s pomocí propagandistických technik (Leab 2003, Nietzel 2016). Toto období napětí mezi Spojenými státy americkými a Sovětským svazem je charakteristické pro tzv. války v zastoupení² (například korejská či vietnamská válka). Obě velmoci se snažily šířit svou ideologii a zároveň potlačit rozšíření té druhé. Nedošlo k přímému vojenskému střetu mezi USA a SSSR. Někteří autoři tedy hovoří o tom, že jedinou válkou, která panovala mezi těmito zeměmi, byla válka propagandy s cílem indoktrinace občanů (Leab 2003: 93). Nietzel uvádí, že „*organizované masové mediální kampaně, skryté psychologické operace a kulturní infiltrace programů byly zbraněmi studené války*“ a zároveň dodává, že „*tato kulturní studená válka měla velký dopad na člověka*“ (2016: 59-60). Propaganda na obou stranách sloužila jako nástroj k přesvědčení domácího obyvatelstva o tom, že žijí v té nejlepší společnosti, že jejich systém a hodnoty jsou těmi lepšími, oproti těm nepřátelským. K vytvoření efektivních metod k přesvědčení veřejnosti byly ustaveny nové vládní instituce. V USA můžeme hovořit o tzv. United States Information Agency (USIA), která byla založena v roce 1953 a působila do roku 1999.

2 Ve válce v zastoupení, neboli proxy válce, jsou bojující strany podporovány a v některých případech i financovány supervelmocemi (Kaldor 1999).

Období studené války bylo doprovázeno rozvojem nových technologií komunikace, jako jsou například satelitní televize či mobilních telefonů, které umožňují rychlejší sdílení různých informací v jakékoli formě. Od konce druhé světové války se vyvinulo mnoho nových forem a metod k šíření propagandistických myšlenek. Nové technologie umožnily šířit propagandu dané země do celého světa a tím pádem i cílit na větší množství lidí. Po druhé světové válce lze také pozorovat více forem využití propagandy, mezi které mohou být zařazeny například sportovní akce³, mezinárodní obchodní exhibice, nebo také světové výstavy (Jowell, O'Donnell: 281). V průběhu studené války sehrály důležitou úlohu tzv. Space race, tedy vesmírné závody, které měly demonstrovat sílu daných velmocí. Tyto úspěchy v dobývání vesmíru neměly za cíl pouze ukázat soupeři moc a schopnost zkonstruovat vesmírnou raketu, ale sloužily také jako nástroj k přesvědčení domácího obyvatelstva o tom, že daná země je silnější a mocnější (Siegelbaum 2012).

1.4 Koncept měkké moci

Moc se stala předmětem zkoumání mnoha akademiků. Například politologové Viotti a Kauppi charakterizují moc jako „*nástroj, pomocí kterého státy či jiní aktéři mohou prosazovat skutečný nebo potenciální vliv nebo nátlak vůči jiným státům a nestátním aktérům, a to na základě politických, geografických, ekonomických, finančních, technologických, vojenských, společenských a kulturních možností*“ (2013: 202). Tato schopnost kontrolovat je často spojována s určitými zdroji, jako jsou například populace, teritorium, přírodní zdroje, velikost ekonomiky, vojenská síla či politická stabilita (Nye 1990: 154; Shively, 1997:356-358). V průběhu 20. století se postupně měnil charakter moci v mezinárodní politice. Tato proměna se stala objektem zkoumání amerického politologa Josepha S. Nye, jenž v 90. letech 20. století definoval koncept měkké moci. Poprvé použil tento pojem v knize s názvem *Bound to lead: The changing nature of American power* vydanou v roce 1990, kde popisuje změnu zdrojů moci v mezinárodních vztazích. Nye tvrdí, že Spojené státy americké nedisponují pouze tradiční tvrdou mocí, ale také tzv. měkkou mocí, která pomáhá světové velmoci udržet svoji vedoucí pozici (Nye 1990: 31). Později v roce 2004 vyšla další publikace tohoto politologa, a to *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, která se detailněji zaměřila na tento koncept. Marcel H. Van Herpen uvádí, že „*od tohoto okamžiku začal být pojem soft*

³ Velmi často uváděným příkladem jsou olympijské hry, které se konaly v nacistickém Německu v roce 1936. Tehdy se Goebbels zaměřil na propagaci výjimečnosti německého národa a během olympiády byl natočen film s názvem *Olympiade: Fest der Völker* (Přehlídka národů 1938). „*Tento film reflektoval charakter tehdejší doby a částečným cílem bylo poukázat na úspěchy nového Německa v mezinárodním kontextu*“ (Welch 2007: 55).

power využíván i širší veřejností“ (2016: 20). V definici nebyl kladen tak zásadní důraz na vojenskou sílu a zároveň Nye dodává, že „*faktory, jako jsou technologie, vzdělávání a ekonomický růst, se stávají významnějšími v mezinárodních vztazích, kdežto geografie, populace a přírodní zdroje ztrácí na významnosti*“ (1990: 154). Tento termín se ustálil velmi rychle a dnes je běžně využíván nejen v odborné sféře.

Změna v mezinárodní politice se dotkla všech zemí a všechny se jí musely přizpůsobit. V druhé polovině minulého století také stoupl počet nestátních aktérů, kteří byli schopni fungovat a operovat na mezinárodní úrovni. Jedná se například o velké korporace nebo politické skupiny či nadnárodní instituce, které v mnoha případech efektivněji využívají svou atraktivitu než jednotlivé země. Rostoucí mezinárodní vzájemná provázanost států neumožňovala využití moci v klasickém pojetí tak, jako tomu bylo v minulosti. Zároveň se objevovaly nové cíle a zájmy jednotlivých zemí, kdy Nye argumentuje, že „*v tradičním pojetí je pro státy prioritou zajistit bezpečnost pomocí vojska. Kdežto v dnešní době státy musí čelit novým dimenzím bezpečnosti. Národní bezpečnost se stala komplikovanější a objevily se nové ekonomické a ekologické hrozby*“ (1990: 157). Těmto změnám a hrozbám se státy musely přizpůsobit a rozvinout tedy svou měkkou moc.

Koncept měkké moci definuje Nye jako schopnost získat to, co chceme, a to na základě přitažlivosti, nikoli pomoci nátlaku či úplaty (Nye 2004: 5). Podle autora existují tři základní zdroje měkké moci. Jmenovitě se jedná o kulturu, politické ideály a hodnoty a zahraniční politiky dané země. V případě, že dané politiky země jsou legitimizovány zeměmi druhými, dochází k posílení měkké moci (Nye 2004: 11). Z toho vychází, že je to právě nátlak, který je typickým znakem tradiční hard power. Naopak základním charakteristickým rysem měkké moci je přitažlivost. Vztahy mezi chováním a jednotlivým typem moci je znázorněn v tabulce č. 1.

Tabulka č. 1: tvrdá moc X měkká moc

	Hard power	Soft power
Spektrum chování	Nátlak Stimul Rozkaz ← ● ● →	Stanovení agendy Přitažlivost ● ● → Kooptace
Pravděpodobné zdroje	Síla Úplata Sankce Podplácení	Instituce Hodnoty Kultura Politiky

Zdroj: Nye (2005: 8)

Koncept měkké moci amerického politologa Josepha S. Nye z 90. let 20. století rozšířili někteří autoři. Například Viotty a Kauppi měkkou moc popisují jako „*nemateriální schopnosti jako je reputace, kultura a hodnoty, které dělají dobrý dojem a mohou pomoci dosáhnout státem stanoveného záměru*“ (2013: 207). I samotný Nye později v publikaci *The Future of Power* rozšířil teorii a k původnímu výkladu tří základních zdrojů přidal právě ekonomický zdroj měkké moci (Nye 2011: 85).

1.4.1 Zdroje měkké moci

Podle autora konceptu Josepha S. Nye existují tři primární zdroje měkké moci. Prvním z nich je *kultura* dané země, která je v širším pojetí velmi obsáhlá. Nicméně můžeme hovořit o jistém souboru hodnot a praktik charakteristických pro danou společnost a projevuje se v mnoha formách. Nye odlišuje dva druhy kultury. Populární kultura, neboli také masová kultura je zaměřena na širokou veřejnost. Druhým typem je tzv. vysoká kultura, která se významnou měrou podílí na utváření měkké moci. Můžeme sem zařadit například umění, literaturu či vzdělávání (Nye 2004: 11).

Kultura se může přenášet různými způsoby, například komercí či osobním kontaktem. Typickým příkladem jsou zahraniční studenti, kteří studují v USA a posléze se vrací do své země, kde pomáhají rozšiřovat americké hodnoty a kulturu (Nye 2004: 13). Velmi důležitou kulturní produkcí (a tedy i měkké moci) je bezesporu americký filmový průmysl, který pomáhá šířit americkou kulturu a politické a společenské hodnoty nejen na území USA, ale také v mnoha zemích ve světě (Nye 2004: 44-47). Svůj podíl mají také populární sportovní akce, jako například zápas Národní fotbalové ligy s názvem Super Bowl. Ten je vůbec nejsledovanější sportovní událostí na celé planetě a je vysílán téměř ve všech státech světa (Tharoor 2016).

Země se snaží o to, aby jejich kultura a hodnoty byly atraktivními a staly se univerzálními. Usilují o to, aby se tyto hodnoty rozšířily do dalších míst na světě. K tomu jim slouží politiky, které hodnoty propagují. Naopak parochální⁴ kultura, ve které se nevyskytují univerzální hodnoty, není vhodným prostředím pro vznik a fungování měkké moci (. Pokud se danému státu povede prezentovat jeho hodnoty jako mezinárodní normy, pak

⁴ Jedná se o typ politické kultury, kterou autoři G. Almond a S. Verba charakterizují jako společnost, kde neexistují specifické politické role. Občané jsou politicky neaktivní a nezajímají se o politiku. Takovou politickou kulturu můžeme nalézt u afrických kmenů (1963: 17).

snadno také přesvědčí ostatní o tom, že jeho jednání je správné. Dalším významným zdrojem měkké moci jsou *národní hodnoty a politiky* (Nye 2004: 55). Některé politiky mohou mít velmi negativní vliv na měkkou moc vůči určité zemi. Autor uvádí příklad rasové segregace v 50. letech v USA, která zapříčinila, že v afrických státech není americká měkká moc jinak zvláště silná a nemá zde takový vliv.

Třetím důležitým zdrojem je *zahraniční politika*, která musí být jinými státy považována za legitimní. Linda Flanderová, česká politoložka působící na Ústavu mezinárodních vztahů dodává, že „*pokud stát dokáže svoji moc prezentovat jako legitimní, je potom taková moc přijímaná s minimálním odporem a maximálním účinkem u daného recipienta*“ (2013). Nejčastěji uváděný příklad americké zahraniční politiky, který měl negativní dopad na celkovou měkkou moc, bylo rozhodnutí o invazi do Iráku v roce 2003.

K vytváření a posilování měkké moci také přispívá fakt, že daná země podporuje demokracii a lidská práva. Nye dodává, že ve 21. století potřebují USA jistým způsobem ovlivňovat vlády ostatních zemí a organizací v otázkách týkajících se například zbraní masové destrukce, terorismu, obchodu či také ekologie (2004: 61).

1.4.2 Hodnocení měkké moci

Již několik vědců se pokoušelo najít způsoby, jakými by bylo možné hodnotit měkkou moc. Hodnocení měkké moci by se mělo zakládat na několika faktorech, jako je například kvalita vládnutí či diplomatická struktura země. Jonathan McClory, britský specialista na koncept měkké moci a veřejnou diplomacii, vytvořil index The Soft Power 30 sestavující žebříček zemí, které dosáhly nejlepšího hodnocení měkké moci, a to na základě objektivních kritérií týkající se kultury⁵, vlády, diplomacie, vzdělání či obchodu (The Soft Power 30 2015). V roce 2017 dosáhla podle The Soft Power 30 indexu nejlepšího výsledku Velká Británie, kdy její celkové skóre bylo 75,61. Následně na druhé místě se umístilo Německo a třetího nejlepšího výsledku dosáhly Spojené státy americké (2017).

Specialistka na mezinárodní vztahy Irene S. Wu se své práci uvádí další možné způsoby měření měkké moci. Uvádí faktory, pomocí kterých se dá měřit měkká moc. Těmi jsou efektivita nestátních aktérů, korporací a humanitárních organizací v mezinárodních vyjednáváních (Wu 2016). Tento způsob využívá The RAND Corporation a Irene S. Wu jej řadí

⁵ Subindex kultury zahrnuje například každoroční počet turistů navštěvujících zemi nebo také úspěchy ve sportovních soutěžích, jako je olympiáda (The Soft Power 30 2015).

mezi konvenční metody hodnocení měkké moci. V roce 2010 to byla právě Čína, Indie a Rusko, které se dostaly na vrchol tohoto hodnocení (The RAND Corporation citován v Wu 2016).

1.5 Měkká moc: veřejná diplomacie vs. propaganda

Koncept měkké moci je tedy založen na schopnosti dané země utvářet preference ostatních na základě atraktivity kultury, politických hodnot a institucí či nastavených politik. Greg Simons, který působí na Uppsalské univerzitě ve Švédsku, argumentuje, že „*využívání (měkké moci) je mnohem složitější, je také snadnější v ní udělat chybu a její výsledky se dostaví až po delší době*“ (2018: 146). Autor konceptu měkké moci Joseph S. Nye uvádí, že „*system zdrojů měkké moci pracuje nepřímo, a tak utváří prostředí pro politiky a občas to trvá celé roky, než se dostaví požadované výsledky*“ (2004: 99). Nye konstatuje, že informace vytváří moc a „*v dnešní době má většina světové populace přístup k této moci*“ (Nye 2011: 103). V případě, že je člověk přehlcen těmito informacemi, je pro něj obtížné rozpoznat, na co se má zaměřit.

Veřejná diplomacie je jedním z hlavních nástrojů měkké moci, Hans Tuch ji definuje jako „*vládní proces komunikace se zahraničním publikem, jehož úkolem je publiku přiblížit národní ideje, instituce, kulturu a také národní zájmy a politiky dané země*“ (1990: 3). Veřejná diplomacie cílí obecně na veřejnost v ostatních zemích, a také na neoficiální skupiny, organizace a jednotlivce (Melissen 2005: 5). Hlavním úkolem veřejné diplomacie je vytvořit prostředí s příznivými podmínkami pro vznik vztahů mezi státem a veřejností ze zahraničí. Úspěch měkké moci (tedy i veřejné diplomacie) závisí na kredibilitě zprostředkovacích metod, které jsou využívány nejen veřejnou diplomacií, ale například i politickým marketingem. Koncept měkké moci je podmíněn obrazem, reputací a kredibilitou dané země. Tyto faktory jsou základem pro úspěch. Mohou pomoci dosáhnout cílené atraktivity, a tudíž získat i vliv (Simons 2018: 146-47). Mnoho zemí tedy zakomponovalo měkkou moc do své oficiální politiky. Česká specialista na veřejnou diplomacii Jana Peterková uvádí ve své práci několik významů tohoto pojmu. Veřejná diplomacie „*jako nástroj k prosazování cílů zahraniční politiky v zahraničí*“ nebo „*jako proces komunikace se zahraničním publikem*“ (Peterková 2006: 86). Veřejnou diplomacii lze chápat jako formu zahraničních aktivit státu.

Již od dob, kdy se začala praktikovat veřejná diplomacie, bývá často srovnávána s propagandou, a v mnoha případech je s ní dokonce ztotožňována. Jak bylo výše řečeno, během první světové války se využití propagandy velmi rozšířilo. Jednotlivé vlády vytvářely velmi nepřátelské informační kampaně, které zapříčinily, že původně neutrální termín jako

je propaganda, získal negativní konotaci, která jej doprovází do dnešní doby (Misyuk 2013: 76). Tato negativní stránka se odrazila na důvěryhodnosti propagandy. Nye je toho názoru, že v rámci veřejné diplomacie a měkké moci by propaganda neměla být využívána, jelikož *„informace, která vypadá jako propaganda, může být brána s despektem, také může působit kontraproduktivně, a to tak, že podkopává reputaci a kredibilitu“* (Nye 2008: 100).

Využití měkké moci je jednou z možností, jak získat vliv, nicméně však na základě atraktivity, nikoliv pomocí manipulace. Nye také dodává k tomuto problému komentář, že v dnešní době je kredibilita a reputace na rozdíl od minulosti velmi důležitá a z toho pramení také úspěšnost měkké moci. Vlády jednotlivých zemí se snaží získat tuto kredibilitu prostřednictvím vládních i nevládních organizací, různých médií, korporací či mezinárodních organizací. Slovy Josepha S. Nye se politika stala *„soutěží konkurenceschopných kredibilit“* (2008:100). Propaganda postrádá dobrou reputaci i kredibilitu, které ji činí nevyužitelnou k zatraktivnění kultury, politických hodnot či politik v rámci veřejné diplomacie, která je jedním z nástrojů měkké moci.

Základní rozdíl mezi veřejnou diplomacií a propagandou spočívá v systému komunikace, kdy v prvním případě se jedná o „dvousměrnou ulici.“ Melissen tuto skutečnost vysvětluje takto: *„Veřejná diplomacie je ve skutečnosti velmi podobná propagandě v tom, že se snaží přesvědčit lidi, co si mají myslet. Nicméně se v základě odlišují v tom smyslu, že veřejná diplomacie také naslouchá tomu, co lidé říkají či chtějí říct“* (2005: 18). Propaganda jedná s využitím manipulace informací a její vliv je jednostranný, a to směrem k cílenému publiku. Zároveň dochází k tomu, že některé informace jsou publikovány s určitým úmyslem a jsou vytrženy z kontextu, zatímco další informace zůstanou skryté. Propagandisté se snaží o to, aby byla odvedena pozornost od jiných zdrojů informací (Misyuk 2013: 76).

Rozvoj technologií, obzvláště internetu, znamenal vznik velmi důležitého nástroje, který je využíván nejen miliardami lidí, ale také vládami v rámci šíření svého vlivu s cílem zvýšit atraktivitu. Nicméně tento nástroj také slouží propagandistům k šíření například černé propagandy, a to velmi rychle a účinně. Politoložka působící na univerzitě ve Lvově, Iryna Misyuk, dodává, že *„v současnosti není propaganda jedním z nejefektivnějších nástrojů zahraniční politiky, a to obzvláště v demokraciích.“* Dále však říká, že *„využití propagandy může být ospravedlněno v případě, že se jedná o vážnou hrozbu, a to jako součást měkké moci v kombinaci s tvrdou mocí“* (2013: 77). Propaganda by tedy neměla být součástí mechanismů, které mají za cíl posílit měkkou moc země, jelikož její negativní konotace je spíše na škodu. Využití propagandy podkopává reputaci a kredibilitu vlády, země a její kultury i hodnot.

2. Ruské pojetí měkké moci

Po konci studené války nastala změna v chápání a využití moci v mezinárodní politice. Stát disponoval nejen mechanismy k dosahování zájmů, jež jsou typické pro tzv. tvrdou moc. S rozvojem nových technologií po celém světě se staly informace zásadním faktorem ovlivňujícím velké množství lidí. V době, kdy jsou státy vzájemně provázané a na sobě závislé, nelze využívat pouze armádní síly či uvalit ekonomické sankce. Koncept měkké moci, který popsal politolog Joseph S. Nye na příkladu Spojených států amerických, se rozšířil a mnoho států jej začlenilo do své oficiální zahraniční politiky. Vlády využívají různé metody, které by více zefektivnily tuto jejich měkkou moc. V této kapitole je pozornost věnována ruskému pojetí konceptu měkké moci a jejím zdrojům. V neposlední řadě se kapitola zaměří na tzv. ofenzivní měkkou moc a její nástroje využívané ruskou vládou.

2.1 Zdroje měkké moci Ruska

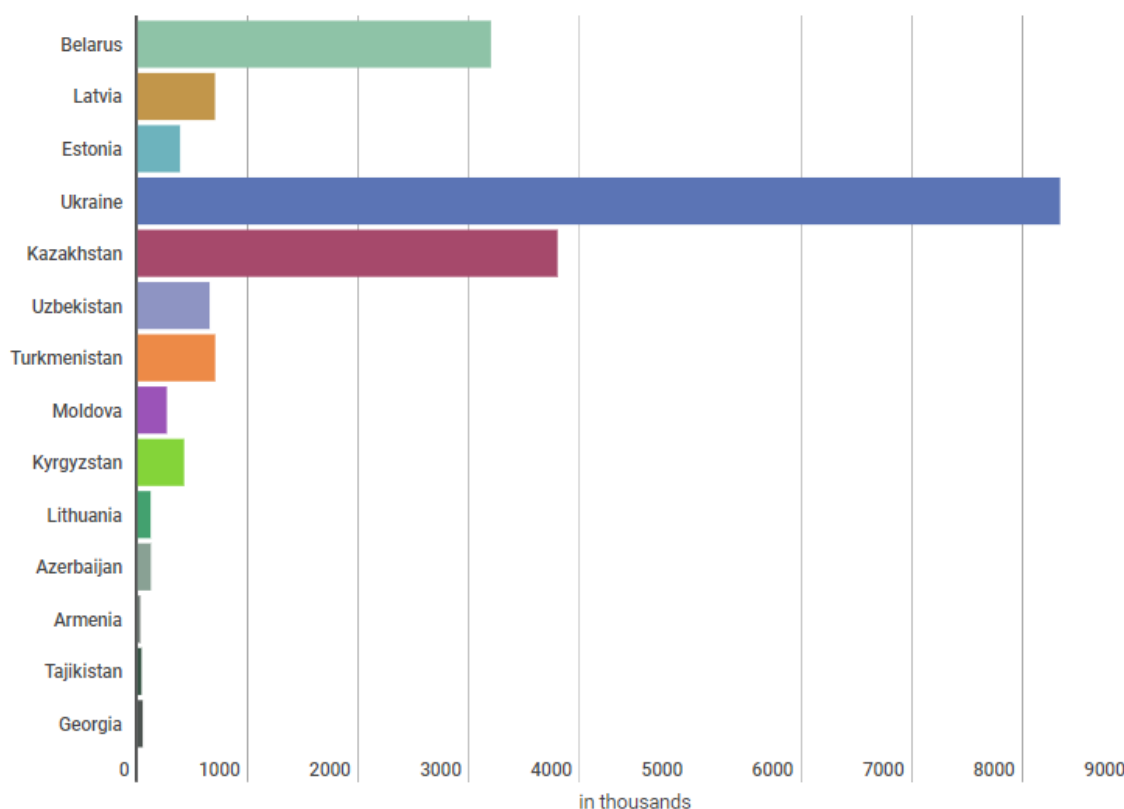
Základními zdroji měkké moci jsou podle autora konceptu Josepha S. Nye kultura, politické hodnoty a zahraniční politiky dané země. Následující podkapitoly se zaměřují na jednotlivé zdroje měkké moci Ruské federace. Pozornost je věnována kultuře a jazyku, pravoslavné církvi, politickým hodnotám a zahraničním politikám, které jsou těmi nejdůležitějšími zdroji měkké moci. Zároveň jsou uvedeny příklady, které poukazují na způsob, jakým Ruská federace uplatňuje svou měkkou moc.

2.1.1 Kultura a jazyk

Každou společnost lze rozeznat na základě její specifické kultury, která zahrnuje v širším slova smyslu téměř veškerou činnost lidí dané společnosti. Součástí kultury je také jazyk či náboženství. Právě tyto dvě oblasti se staly klíčovými zdroji ruské měkké moci. Strategie V. Putina během jeho prvního prezidentského období kladla důraz právě na kulturu a jazyk, a podle slov americké politoložky specializující se na ruskou politiku Jeanne L. Wilsonové se ruská vláda zaměřila na „úspěchy, kterých dosáhla ruská kultura a obzvláště pak na propagaci ruského jazyka, zejména v postsovětských zemích“ (2015: 294). Skutečnost, že více než 200 milionů obyvatel Ruské federace, bývalých sovětských republik, východní Evropy a Balkánu považuje za svůj mateřský jazyk právě ruštinu, vede politology Slobodchikoffa a Davise k názoru, že jazyk je zprostředkovatelem ruské měkké moci a dodávají: „sdílený jazyk umožňuje šíření informací prostřednictvím různých typů médií, pomocí kterých ruská vláda rozšiřuje svou měkkou moc“ (2017: 23). Specialista na etnické

a náboženské otázky v oblasti Eurasie Paul A. Goble dochází k závěru, že „počet ruský mluvících lidí v postsovětských státech klesl od roku 1994 o 10 %“ (Goble 2017). Ukrajina je zemí, kde žije velký počet ruský mluvících lidí. V roce 2001 bylo zjištěno, že okolo 8,3 miliónů obyvatel Ukrajiny považuje ruštinu za svůj mateřský jazyk. Po anexi Krymu ukrajinská vláda učinila kroky ke snížení využívání ruštiny. (Zubacheva 2017). Paul A. Goble uvedl, že příčinou poklesu využívání ruštiny je „*touha participovat se ve světě, angličtina nebo čínština je přitažlivější než ruština*“ (Goble 2017).

Graf č. 2: Počet ruský mluvících lidí v postsovětských státech



Zdroj: Ksenia Zubacheva, Russia Beyond 2017

Z grafu lze vyčíst, že na Ukrajině žije nejvíce ruský mluvících lidí ze všech postsovětských republik. V Bělorusku a Kazachstánu se také nachází významné ruský hovořící menšiny.

Jednou z velmi důležitých organizací zaměřených právě na podporu ruského jazyka je *Russkii mir* (v překladu do angličtiny Russian World, do češtiny Ruský svět). *Russkii mir* byl založen na základě prezidentského dekretu v roce 2007, ačkoliv se jedná o nevládní organizaci. Sám prezident Putin vyjádřil dříve názor, že „*potřebujeme podpořit iniciativu ruských lingvistů s vytvořením Národního fondu ruského jazyka, jehož hlavním cílem by byl rozvoj ruského jazyka a podpora studentských programů zaměřených na ruský jazyk v zahraničí a dále obecně propagovat ruský jazyk a literaturu ve světě*“ (Putin citován in *Russkii mir* 2017). Za tímto

účelem tedy vznikla organizace Russkii mir, která má svá centra v pobaltských zemích (Winnerstig 2014: 25). Ruský politolog Alexander Sergunin a estonský expert na mezinárodní vztahy Leonid Karabeshkin zastávají názor, že *„Ruský svět, který je založen na kulturních a komunikativních zdrojích ruského jazyka, je interpretován jako kapitál měkké moci a může být využit k nastavování agend a k posílení udržitelnosti ruské státnosti“* (2015: 355). Organizace Russkii mir se stala jednou z důležitých nástrojů k prosazování měkké moci.

Ruský jazyk je velmi důležitým faktorem pro působení ruské měkké moci v sousedních státech, kde se vyskytují významné ruské menšiny, které jsou v rámci daných zemí velmi silné a dokáží prosazovat své zájmy a podílí se i na vládě. Ruské diaspory v postkomunistických zemích jsou Kremlm vnímány jako cesta, pomocí které šíří svou měkkou moc (Sergunin, Karabeshkin 2015: 354). Nejvýznamnější ruské diaspory⁶ jsou v Litvě a Estonsku. Sergunin a Karabeshkin dodávají, že *„tyto (ruské) komunity jsou relativně konsolidované. Obvykle se cítí být diskriminovány lokálními režimy a neidentifikují se s „novou“ státností“* (2015: 354). Právě tyto ruské minority v zahraničí vnímají ruskou vládu za jakéhosi svého „přirozeného ochránce“ a jejich postoj vůči ruské kultuře i k Ruské federaci je pozitivní. V mnoha případech byla využita i tvrdá moc, jejímž úkolem je vytvořit příznivé prostředí k prosazování měkké moci. *„Ruské zahraniční intervence jsou taky využívány jako součást propagandy – případ Krymu a Doněcka značí sílu ruské armády“* (Lomtadze 2017). Na Krymu i v oblasti Doněcka byla využita ruská tvrdá moc na základě níž propagandistická média poukazují na sílu Ruské federace.

Umění a populární kultura jsou také důležitým komponentem veřejné diplomacie. *„Téměř všechny země světa se obrací na populární kulturu – zábava, sport, národní tradice - jako na cestu, pomocí které vylepší svůj mezinárodní obraz a pomocí níž prosadí cíle své zahraniční politiky“* (Kanji 2016). Stejně tak je v ruském kontextu důležitá tzv. vysoká kultura. Například skupina Mariinsky Balet, která je velmi úspěšná a v zahraničí známá, spolupracuje se západními divadly, čímž může pomoci k zatraktivnění ruské kultury. Velký úspěch skupiny v zahraničí znamená, že samotná země, ze které pochází, se dostane do povědomí těch lidí, kteří zhlédli vystoupení. Tématem amerických tanečních skupin působících v zahraničí jako

⁶ Po rozpadu Sovětského svazu došlo k hromadnému odchodu etnických Rusů ze zemí Střední Asie. Tento odchod způsobily rozdíly v jazyce a způsobu života. Významnou roli sehrála i islámská kultura, která byla rozšířena v těchto státech. V roce 1954 byla populace Kazachstánu z velké části složena z rusky mluvících obyvatel (42,7 % celkového počtu). Po vyhlášení nezávislosti začali etničtí Rusové odcházet z Kazachstánu. Taktéž členové rusky mluvící menšiny v Tádžikistánu se rozhodli po rozpadu Sovětského svazu odejít do Ruska. Podle údajů z roce 1994 odešlo 300 000 členů ruské menšiny z celkového počtu 380 000 z Tádžikistánu (Das 2016: 72-76).

„diplomaté“ se detailněji zabývá Clare Croft ve svém díle *Dancers as Diplomats: American Choreography in Cultural Exchange*. Kniha zkoumá způsoby, jakými se americká vláda snaží „využít tance k rozšíření idealizovaného obrazu Ameriky“ (2016). Populární i klasická kultura jsou velmi důležitým zdrojem měkké moci.

Nejen populární, ale i vysoká kultura je velmi důležitá pro zvýšení atraktivity země. Mezi úspěchy ruské kultury lze zařadit různá literární díla světoznámých ruských spisovatelů. Může se jednat o Tolstého, Puškina či Dostojevského, jejichž díla jsou známá po celém světě a jsou překládána do mnoha jazyků. Také jména ruských hudebních skladatelů jsou známá po celém světě, mezi nejznámější patří zcela bez pochyb Čajkovskij, autor baletu s názvem Labutí jezero, Igor Fjodorovič Stravinský, jehož nejznámějšími balety jsou Pták Ohnivák či Svěcení jara, a v neposlední řadě lze jmenovat Dmitrije Šostakoviče. Úlohu, kterou sehrávají tato umělecká díla, komentují Slobodchikoff a Davis: „*Síla ruské měkké síly pochází z renovované vysoké kultury a její dlouhé kultury*“ (2017: 24). Tato díla lze zařadit mezi úspěchy ruské kulturní scény, na které se odvolával V. Putin v projevu o potřebě vytvoření organizace zastřešující ruskou kulturu.

2.1.2 Pravoslavná církev

Významnou roli zastává také pravoslavná církev, která je zároveň největší nevládní organizací v Ruské federaci. Církev podporuje „dialog civilizací“ mezi Západem a euroasijským (ruským či slovanským) kulturním prostorem. Pravoslavná církev je v zemích východní Evropy rozšířená a tvoří tedy jakousi nadnárodní identitu. Lukyanov dokonce tvrdí, že je „*hlavním prostředkem ruské měkké moci*“ (citován in Sergunin a Karabeshkin 2015: 356). Prostřednictvím církve dochází k posilování vztahů s ostatními státy. Příklad, kdy byla pravoslavná církev důležitým aktérem a zároveň mediátorem, je gruzínská válka v roce 2008 (Sergunin, Karabeshkin 2015: 356). Ruská pravoslavná církev se snažila podporovat a posilovat napojení mezi Gruzii a Ruskou federací. Církev v Gruzii byla vnímána jako hlavní politická opozice vůči prozápadním tendencím (Sergunin, Karabeshkin 2015: 356, Lalík 2017). Ruská pravoslavná církev má i ideologický význam v rámci ruské společnosti. Například věřící by se měli podílet na rozvoji národní kultury (Dougherty 2013: 77-80). Pravoslavná církev je jedním z nejdůležitějších zdrojů měkké moci Ruské federace a stala se součástí zahraniční politiky.

Spolupráce mezi pravoslavnou církví a státem nabyla na intenzitě během období vlády Vladimira Putina. Ruský prezident kladl velký důraz na roli církve, která by měla posílit zemi. Pravoslavná církev by měla působit jako „štít“ ruského národa (Van Herpen 2016: 135). Kreml

začal využívat tzv.. koncept *spirituální bezpečnosti*, který je od roku 2000 integrální součástí Konceptu národní bezpečnosti Ruské federace (Van Herpen 2016: 136). V části tohoto vládního dokumentu týkající se ruských národních zájmů je uvedeno, že „*zájem společnosti spočívá v posilování demokracie, ve vytváření právního a sociálního státu, v dosahování a udržování veřejné harmonie a ve spirituálním obnovení Ruska*“ (The Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation 2000). Koncept obsahuje několik dalších zmínek o spirituální obnově ruské společnosti. Politolog Van Herpen uvádí, že tento dokument nepřipomíná vládní strategii, ale spíše „*církevní manuál*“ (2016: 137). Daniel P. Payne ve svém textu shrnuje roli ruské pravoslavné církve a na závěr dodává, že „*ve jménu spirituální bezpečnosti se pokouší ruská pravoslavná církev a ministerstvo zahraničí spojit se s dalšími církvemi, které jsou rozšířené v ruských diasporách*“ (Payne 2010). Pravoslavná církev sehrává důležitou roli v domácí i zahraniční politice Ruské federace.

2.1.3 Ruské politické hodnoty

Politické hodnoty země jsou podle amerického politologa Nye druhým důležitým zdrojem měkké moci. Pokud se podíváme na hodnoty, které jsou zdrojem americké měkké moci, můžeme jmenovat například demokracii či svobodu. Tyto hodnoty jsou součástí jak Listiny práv a svobod, tak i americké ústavy, jejíž první dodatek zní: „*Kongres nesmí vydávat zákony zavádějící náboženství nebo zákony, které by zakazovaly svobodné vyznávání nějakého náboženství; právě tak nesmí vydávat zákony omezující svobodu slova nebo tisku, právo lidu pokojně se shromažďovat a právo podávat státním orgánům žádosti o nápravu křivd*“ (The Constitution of The United States). Americké politické hodnoty se staly univerzálními a rozšířily se téměř do celého světa. Americká měkká moc se stala jednou z nejuspěšnějších v prosazování svých zájmů. Ruská federace se snaží prosazovat své hodnoty a ideologii, ty však na rozdíl od těch amerických nejsou univerzálními.

Po rozpadu Sovětského svazu v roce 1991 nemohla být komunistická ideologie a její hodnoty nadále zdrojem ruské měkké moci. Pro „nové Rusko“ bylo tedy velmi důležité vytvořit nové hodnoty, které by byly s ním koherentní. Nejvyšší tehdejší představitel Ruské federace, prezident Jelcin, vytvořil komisi, jejímž úkolem bylo definovat ruskou „ideu národa“ (Dougherty 2013: 17-18). V roce 1999 vyjádřil Vladimir Putin v textu *Rusko na přelomu milénia* potřebu vytvořit základní hodnoty pro ruskou společnost v rámci mezinárodního společenství ve 21. století. Také se odvolává na tzv.. tradiční ruské hodnoty, jako jsou například patriotismus, přesvědčení o velikosti Ruska, sociální solidarita, státem kontrolované hospodářství či víra v silný stát (Putin 1999).

Ruské hodnoty jsou prezentovány svými zastánci jako unikátní a jsou vnímány odlišně od západních hodnot. Například profesorka Elena Vartanova působící na Lomonosově univerzitě v Moskvě tuto skutečnost vyjádřila slovy: „*Jsmo odlišní, chceme, aby zbytek světa respektoval naši odlišnost a chceme říci, že každá země, pokud chce, může být odlišná*“ (Vartanova citována in Dougherty 2013: 20). Profesor politologie Andreas Umland se ve svém textu zabývá ruským exceptionalismem a konstatuje, že „*Putin a jeho podporovatelé tvrdí, že legitimita současného režimu je založena na ruské specifičnosti, ba dokonce i na unikátnosti*“ (Umland 2012: 4). Další akademici jsou toho názoru, že Ruská federace má svou „speciální cestu“ v prosazování politik (Kubyshekin, Sergunin 2012; Gudkov, Dubin, Pain 2012). Ruská federace nemá za cíl dosáhnout toho, aby se její hodnoty staly univerzálními. Naopak se soustředí spíše na sjednocení ruského národa a ruských menšin v zahraničních zemích.

2.1.4 Zahraniční politika a koncept měkké moci

Stejně jako jiné státy, i Ruská federace zařadila koncept měkké moci do své oficiální zahraniční politiky. V 90. letech 20. století však koncept měkké moci nevzbuzoval v Rusku nijak zvláštní pozornost, což bylo způsobeno podle nizozemského bezpečnostního experta specializujícího se na Rusko a oblast východní Evropy, Marcela H. Van Herpena, dvěma hlavními skutečnostmi. Prvním z nich je skutečnost, že v carském i komunistickém Rusku byla moc chápána jako „zhestkaya sila,“ tedy ve smyslu tradiční tvrdé moci. Druhým důležitým důvodem, proč Ruská federace začlenila koncept měkké moci do zahraniční politiky později je, že „*Rusové považovali měkkou moc za typický americký koncept. Z ruského pohledu byl tento koncept vnímán jako výstřelek, který byl vytvořen americkým politologem, který měl možná relevanci pro USA, nikoliv pro Rusko*“ (Van Herpen 2016: 25). Tento ruský postoj k měkké moci se však změnil, a posléze začala být pozornost věnována tomuto konceptu více. Tehdejší ministr zahraničních věcí Igor Ivanov (1998-2004) se později vyjádřil k tomuto tématu, a to slovy „*základní otázkou pro dalších 20 let je, zda se Rusko naučí používat nástroje, které politologové spojují s konceptem měkké moci*“ (2011). Koncept měkké moci, který se rozvíjel v dalších státech, ale i v nadnárodních organizacích, muselo Rusko zařadit do svých politik.

Až během období tzv. barevných revolucí v Gruzii v roce 2003 a na Ukrajině v roce 2004 si ruští politici začali uvědomovat potřebnost měkké moci v moderní době. Tuto dobu nazval polský politolog Jaroslaw Ówiek-Karpowicz, který působí jako ředitel Programu pro východní a jihovýchodní Evropu, „*nejvýznamnějším obdobím pro aplikaci měkké moci jako součást ruské zahraniční politiky(...). Ruští politici si začali uvědomovat, že západní dominance*

v bývalých sovětských zemích je založena na lepším přístupu k veřejnému mínění, a to prostřednictvím velmi dobře rozvinutých mechanismů měkké moci, jako jsou například nevládní organizace a média“ (2012: 11). Ruská vláda tedy měla za cíl vytvořit mechanismy, které by vybalancovaly tuto západní dominanci. V tomto období byly zaznamenány ruské aktivity v rámci měkké moci, které měly být reakcí na rostoucí vliv Západu na postkomunistické země.

Tzv. Oranžová revoluce proběhla na Ukrajině v roce 2004. V této době probíhaly prezidentské volby. Proti sobě stáli dva nejsilnější kandidáti, Viktor Juščenko, který byl nakloněn Západu, a Viktor Janukovič, který byl naopak podporován Ruskem. Tyto volby byly doprovázeny mnohými demonstracemi, na nichž lidé projevovali nespokojenost s průběhem voleb. Ty měly být zmanipulované a zfalšované (Beichelt, Pavlenko 2005: 51). Nejvyšší soud rozhodl o opakování druhého kola a vítězem voleb se stal západem podporovaný V. Juščenko (Karatnycky 2005). I přes neúspěch proruského kandidáta se Rusku podařilo rozvinout vztah s Ukrajinou v rámci ekonomické spolupráce. Ukrajina byla závislá na přívodu ropy a zemního plynu z Ruska. Toho si byli ruští politici vědomi a za nižší cenu těchto nerostných surovin požadovali kontinuitu jejich vlivu na Ukrajině (Slobodchikoff, Davis 2017: 26-27). K tomuto argumentuje pracovník institutu CEPS Research Nicu Popescu, že „*Rusko pochopilo výsledek Oranžové revoluce jako důkaz moci idejí*“ (2006: 3). Touto myšlenkou Popescu chtěl poukázat na skutečnost, že po Oranžové revoluci se Ukrajina vzdálila od sféry vlivu Ruské federace a posunula se naopak k Západu a jeho hodnotám. To také doplňuje fakt, že se Ukrajina mohla po Oranžové revoluci stát potenciálním členem Evropské unie.

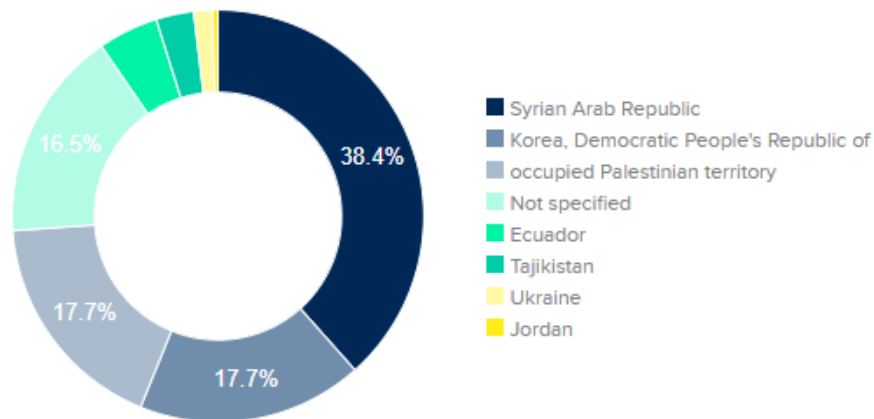
Vladimir Putin v roce 2012 ve svém programu k prezidentské kandidatuře věnoval pozornost konceptu měkké moci, kterou charakterizoval jako komplex nástrojů a metod k dosažení cílů zahraniční politiky bez použití mocí, které zahrnují využití informací. Také dodal, že „*tyto metody jsou často použity k provokaci extremismu, separatismu, nacionalismu, manipulaci veřejného mínění a přímých intervencí do vnitřní politiky suverénních států*“ (Putin 2012). Putin považuje aktivity „pseuro-NGOs“, za nepřijatelné a ilegální s cílem destabilizace politické situace v určitých zemích. Tyto nevládní organizace považuje za zahraniční agenty. V další části práce je pozornost věnována zákonu, který stanovuje, že média, která jsou financována ze zahraničí, musí být registrována jako zahraniční agenti. Marcel H. Van Herpen dodává k Putinově představě o měkké moci, že jej Putin považuje výlučně za státní záležitost. Pro měkkou moc v jeho pojetí nejsou tedy důležité ani činnost nevládních organizací ani samotná společnost. Dále nizozemský politolog uvádí, že „*měkká moc je pro něho (Putina) také integrální součástí hry tvrdé moci*“ a z toho tedy vyplývá, že Rusko vyvíjí různé nástroje

měkké moci, mezi které lze zahrnout práci s informacemi (2016: 28). Ruský analytik M. Moskvín-Tarchanov také argumentuje, že Putinovo pojetí měkké moci zahrnuje „*využívání nelegálních prostředků či práce v utajení*“ (2012). Alexander Sergunin a Leonid Karabeshkin ve svém textu argumentují, že „*Kreml oficiálně potvrdil preferenci využívat nástroje měkké moci, to ale nevylučuje využití metod tvrdé moci (...) ruské autority zkusily zkombinovat nástroje obou složek moci*“ (2015: 349). Ruská vláda pojímá měkkou moc jako hru s nulovým součtem.

Až v roce 2013 byl tento koncept zařazen do oficiálního Konceptu zahraniční politiky Ruské federace. V tomto dokumentu je měkká moc charakterizována jako „*komplexní sada nástrojů sloužících k dosahování cílů zahraniční politiky, vytvoření informačních, kulturních a jiných metod a technologií jako alternativu k tradiční diplomacii. Tento koncept se stává nepostradatelným komponentem v moderních mezinárodních vztazích*“ (The Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation 2013). V Konceptu je uvedeno, že měkká moc může být i nezákonně použita. V takových případech slouží k „*vyvinutí politického tlaku na suverénní státy a zasahování do jejich vnitřních záležitostí s cílem destabilizovat jejich politickou scénu, dále také k manipulování názoru veřejného mínění, které obsahuje například financování kulturních či lidskoprávních projektů v zahraničí*“ (tamtéž). Andrew Monaghan, který detailně analyzoval tento Koncept ruské zahraniční politiky 2013, konstatoval, že „*ruské pojetí tohoto termínu (měkká moc) je chápáno v kontextu informační kampaně*“ (Monaghan 2013: 7). Další objekt v tomto Konceptu zahraniční politiky Ruské federace se týká „*vytvoření pozitivního obrazu Ruska v očích ostatních zemí, a to na základě jeho kultury, vzdělání, vědy či sportovních úspěchů*“ (tamtéž). Zlepšit ruskou image by podle tohoto konceptu mohla také účast na asistenčních programech v rozvojových zemích. Na základě toho je tedy potřebné zlepšit aplikaci měkké moci a vytvořit nejlepší možné formy aktivit, které by ji zefektivnily (The ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation 2013).

Ruská federace poskytuje humanitární pomoc mnoha státům. V roce 2014 podle Ministerstva zahraničních věcí Ruské federace byla pomoc poskytnuta celkem 22 zemím, a to například Sýrii, Kubě, Číně, Filipínám, Ukrajině atd. Ruská vláda poskytla například finance státu Sierra Leone, který byl postižen epidemií eboly (The Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation 2014). Ruská federace je členem OCHA Donor Support Group. Tato skupina vznikla v roce 1998 a jejím hlavním úkolem je koordinovat interakci mezi vládami a Úřadem pro koordinaci humanitární činnosti (OCHA 2016). Podle zprávy OCHA Ruská federace v roce 2016 poskytla prostřednictvím tohoto úřadu 850 000 dolarů (OCHA 2016.) Následující grafy ukazují humanitární aktivitu Ruské federace v posledních letech.

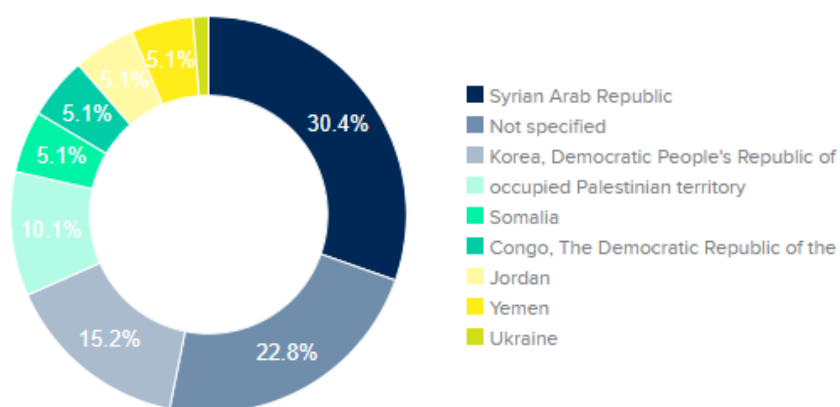
Graf č. 3: Příjemci ruské humanitární pomoci v roce 2016



Zdroj: OCHA Financial Tracking Service 2016

Z grafu lze vyčíst, že v roce 2016 Ruská federace poskytla humanitární pomoc prostřednictvím Úřadu pro koordinaci humanitárních záležitostí především Sýrii. Dalšími největšími příjemci ruské humanitární pomoci jsou Palestina a Korejská lidově demokratická republika. Taky Ukrajina po zahájení konfliktu obdržela humanitární pomoc od Ruské federace.

Graf č. 4: Příjemci ruské humanitární pomoci v roce 2017



Zdroj: OCHA Financial Tracking Service 2017

V roce 2017 se podíl humanitární pomoci poskytované Ruskou federací pro Sýrii snížil z 38,4 % v roce 2016 na 30,4 %. Větší podíl také připadá Somálsku a Demokratické republice Kongo. Ruská pomoc poskytnutá Jemenu se v roce 2017 zvýšila.

Stejně tak i Koncept ruské zahraniční politiky z roku 2016 zahrnuje měkkou moc, která je zde popisována jako integrální součást snah k dosahování cílů zahraniční politiky země. V této strategii jsou zahrnuty různé metody a technologie, které jsou zde popisovány jako „*od informací a komunikací až po humanitární či jiné druhy nástrojů*“ (The ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation 2016). V tomto dokumentu jsou vytyčeny cíle týkající se posílení role Ruska v mezinárodní kultuře, dále je také kladen důraz na roli ruského jazyka ve světě či zvýraznění ruských kulturních úspěchů ve světě. Významné postavení v této politice má ruský mluvčí diaspora v okolních státech. Zároveň Koncept zmiňuje důležitost informací v zahraničněpolitických aktivitách Ruské federace. Článek 46 stanovuje cíl přinášet informace z ruské perspektivy mezinárodní společnosti. Toho by se mělo dosáhnout tím, že Ruská federace „*si vytvoří vlastní efektivní způsoby k ovlivňování zahraničního publika a bude podporovat ruskojazyčná média v globálním informačním prostředí*“ (The Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation 2016). Ruská média působící v zahraničí jsou prostředkem k dosažení tohoto vytyčeného cíle. Zpravodajská stanice RT, která vznikla v roce 2005, má sloužit k těmto účelům. Nicméně v tomto ohledu se v současnosti stanice RT (ale i další média) změnila spíše v nástroj ruské propagandy.

Toto pojetí měkké moci je odlišné od toho, jak jej popisuje samotný autor konceptu Nye. Ten říká, že základem pro úspěšnost konceptu měkké moci je atraktivita (2005). Specialistka na Rusko ze Stockholmské univerzity Gudrun Persson argumentuje, že „*ruská definice měkké moci, která je použita v konceptu zahraniční politiky, není tou tradiční, která by měla za cíl zvýšit atraktivitu země*“ (2014: 20). Také Dougherty říká, že se tyto dva koncepty velmi odlišují a podotýká, že historie měkké moci jak USA, tak i Ruska začala již před stoletími se vznikem jazyka, kultury, hudby či náboženství. Nicméně však „*USA věří, že její hodnoty svobody a demokracie mohou být aplikovány univerzálně, kdežto ruské hodnoty tradičně vedly spíše ke sjednocení jeho národa*“ (2013: 15). V oficiálních dokumentech týkajících se zahraniční politiky i v Putinově pojetí nebyl zmíněn pojem atraktivita, namísto toho byla použita slova *ovlivňovat* či *získání vlivu*. Také se v nich hovoří spíše o potřebě vylepšení obrazu národa pomocí různých metod, nicméně atraktivita zde není popisována jako cíl ani jako prostředek. Bývalý ruský ministr zahraniční Igor Ivanov dodává, že by Rusko mělo vyvinout nástroje měkké moci a vytvořit tzv. „*smart zahraniční politiku*“, kterou definuje jako „*kombinaci vojenských a energetických nástrojů s „nemateriální“ dimenzí*“ (2011). Jeho slova také naznačují naprosto odlišný koncept měkké moci od západního pojetí. Z tohoto důvodu nazývá Marcel H. Van Herpen ruskou měkkou moc jako „*soft power offensive*“ (ofenzivní měkká moc) (2016: 33). Charakteristika této podoby měkké moci je předmětem další podkapitoly.

Nejen ruští politici, ale i akademici charakterizují koncept měkké moci širěji. Shodli se na tom, že měkká moc je spojována s nevojenskými atributy jako jsou například fungující ekonomika, politická síla, zdravá společnost, udržitelná ekologie, atraktivní kultura a výkonná veřejná diplomacie (Troitski 2011, Lukyanov 2009, Sergunin, Konyshev 2014). Toto pojetí zahrnuje širší spektrum zdrojů a nástrojů ruské měkké síly. V určitém smyslu lze říci, že charakteristika tohoto konceptu východními odborníky je protichůdná charakteristice měkké moci jejího amerického autora. Ten totiž v definici konceptu vylučuje nátlak i jakýkoliv ekonomický vliv.

2.2 Ruská „ofenzivní měkká moc“

Tento koncept ruského pojetí měkké moci popsal ve své publikaci Marcel H. Van Herpen. Již výše zmíněné názory a postoje ruských politiků nasvědčují o charakteru ruského pojetí měkké moci. Metody a prostředky, o kterých se vládní představitelé zmiňují, nepracují s pojmem atraktivita, ale mají spíše ofenzivní povahu. Spojují prvky měkké a tvrdé moci s cílem dosáhnou národních zájmů v mezinárodním prostředí. Nizozemský expert na Rusko rozlišuje tři základní složky, které jsou naprosto nepostradatelné pro ruskou ofenzivní měkkou moc, a to *mimesis* (napodobování), *rollback* (redukce) a *invention* (invence). V dalších podkapitolách se práce věnuje těmto složkám podrobněji.

2.2.1 Mimesis

Složku *mimesis* autor charakterizuje jako akce vlády Ruské federace, které v rámci konceptu měkké moci mají silné „mimetické“ rysy. To znamená, že právě Kreml se snaží kopírovat západní strategie a buduje instituce, o kterých se domnívá, že jsou těmi nejefektivnějšími. Tuto skutečnost však autor komentuje následovně „*v procesu kopírování se nicméně Rusko často uchyluje k vlastním iniciativám a novým změnám, a to zapříčinilo fakt, že ruské klony jsou si v základních rysech naprosto odlišné od původních západních modelů*“ (2016: 33). Jedním z mnoha příkladů, které lze zařadit do této složky, je založení tvz. *The Institute of Democracy and Cooperation* (IDC).

Jedná se o think tank, který má sídlo v Paříži a byl založen Ruskou federací v roce 2008. V čele stojí ruská historička Natalia Narochnitskaya, která byla dříve také členkou Státní dumy, a to v letech 2003 až 2007 (The Institute of Democracy and Cooperation 2018). Sám Vladimir Putin dal podnět pro vznik takového think-tanku, kdy na summitu v Lisabonu uvedl v projevu představu o „*vytvoření rusko-evropského Institutu pro svobodu a demokracii. Jeho cílem*

je zprostředkovat dialog mezi členy veřejnosti, nevládních organizací a experty ve věcech, jako jsou například organizování volebního procesu, monitorování voleb,... svoboda vyjadřování se a další otázky, které jsou v našem zájmu“ (Putin 2007). Specialistky na ruskou politiku z Swedish Defence Research Agency Carolina Vendil Pallin a Susanne Oxenstierna jsou spíše názoru, že *„tato instituce je podporována ruskými politickými lidry a má sloužit jako nástroj k získání vlivu na Západě“* (2017: 36-37). Carolina Vendil Pallin a Susanne Oxenstierna také poukazují na problém s financováním tohoto projektu, kdy citují ruského novináře Vinokurova, jehož článek vydaný redakcí Gazeta se zabýval právě financováním IDC. Uvádí, že většina finančních zdrojů pocházela právě od ruských podnikatelů, kteří byli v letech 2014-2015 postiženi sankcemi ze strany EU a dalších západních zemí v důsledku anexe Krymu, a tím pádem ztratili motivaci k financování takového projektu (Vinokurov citován in Pallin, Oxenstierna 2017: 37). Existují však mnohé jiné projekty a instituce, které jsou podporovány a jejich aktivity mají pomoci Rusku k získání vlivu. Jmenovitě sem lze zařadit například Rethinking Russian, Russian Foreign Center (Roszarubezhtsentr), Russian Cooperation Agency (Rossotrudnichestvo) nebo Russkii Mir Foundation (Pallin, Oxenstierna 2017: 13-14). Všechny tyto organizace jsou podporované státem a jsou zaměřené na zvýšení ruského vlivu v zahraničí.

Velmi důležitou součástí mechanismů měkké moci Ruské federace je vládní agentura *Rossotrudnichestvo* (Russian Cooperation Agency), jejíž celý název v angličtině zní Federal Agency for the Commonwealth of the Independent State Compatriots Living Abroad and International Humanitarian Cooperation. Tato agentura vznikla na základě prezidentského dekretu z roku 2008 a spadá pod Ministerstvo zahraničních věcí a podle oficiálních internetových stránek má za cíl *„implementaci politik země v oblasti mezinárodní humanitární spolupráce, propagace objektivního obrazu současného Ruska v zahraničí“* (Rossotrudnichestvo 2016). Zaměřuje se na koordinaci různých krátkodobých studijních programů pro mladé lidi ze zahraničí s cílem tyto studenty seznámit s ruskou společností, politikou, ekonomikou či vědou. Tato vládní agentura věnuje větší pozornost státům, které jsou členy tzv. Commonwealth of Independent States (CIS), kde byla zřízena ruská kulturní centra (Pallin, Oxenstierna 2017: 13). Pallin a Oxenstierna se zmiňují o důkazu, který poukazuje na skutečnost, že Rusko prostřednictvím těchto institucí účelově cílí pouze na rusky mluvící jedince, a to, že *„anglické verze webových stránek této agentury nejsou editovány“* (2017: 13-14). Prostřednictvím těchto institucí a vládních agentur, které se snaží fungovat podobně jako jejich modely na Západě, se tedy Ruská federace snaží o získání vlivu zejména v postkomunistických zemích, ale také v západních státech.

2.2.2 Rollback

Druhou zásadní složkou konceptu ofenzivní měkké moci je rollback, tedy redukce. Ta představuje skutečnost, že se ruská vláda snaží oponovat, omezovat či dokonce zakázat aktivity, které jsou vyvíjeny západními institucemi s cílem zatraktivnit hodnoty západních zemí a které působí uvnitř Ruské federace (Van Herpen 2016: 40). Jedním z příkladů takového jednání ze strany ruské vlády, respektive Ministerstva zahraničí Ruské federace, je požadavek uzavření Britského centra (British Council) v Petrohradě a Jekatěrinburgu. Toto rozhodnutí přišlo jako odpověď na tehdy probíhajícím diplomatickém sporu mezi Ruskou federací a Velkou Británií, který započal vraždou Alexandra Litvinenka⁷ (Blomfield 2007). Tento krok Marcel H. Van Herpen považuje za „*precedent, který vznikl na základě rozhodnutí ruských autorit v roce 2007,*“ který se stal příkladem pro pozdější případy omezování fungování institucí podporované západem (2016: 40). Dalším příkladem takového jednání je reakce na postup západních zemí v případě otravy bývalého dvojitého agenta Sergeje Skripala a jeho dcery v březnu 2018 (Reuters 2018). Velká Británie a její spojenci se v reakci na pokus o otrávení Skripala rozhodli vyhostit některé ruské diplomaty. Vláda VB se rozhodla vyhostit 23 ruských diplomatů, Česká republika tři a vůbec nejvíce jich vyhostila vláda USA, a to 60. Ruská vláda učinila stejný krok a rozhodla o vyhoštění stejného počtu diplomatů, kolik dané státy vyhostily zpět do Ruska (Česká televize 2018). Dále se rozhodla uzavřít americký konzulát v Petrohradě.

Po zvolení do již svého třetí prezidentského období v roce 2012 Vladimír Putin a parlament schválili zákon týkající se činnosti NGOs na území Ruské federace. Andrey Demidov (působí na Amsterodamské univerzitě a zaměřuje se na zahraniční politiku EU a její vztahy se sousedními státy) a Elena Belokurova (petrohradská specialista na vztahy mezi EU a Ruskem) jsou toho názoru, že tato právní norma má restriktivní charakter a směřuje proti ruským NGOs, které jsou podporovány a financovány ze zahraničí a které označuje za zahraniční agenty. Na základě toho lze konstatovat, že „*výsledek tohoto zákona je skutečnost, že ruské NGOs (podporované ze zahraničí) byly oficiálně vyloučeny ze zahraniční politiky, do které nemohou nijak zasahovat*“ (Demidov, Belokurova 2017: 89). Z nedávné doby lze

⁷ Případ týkající se bývalého ruského agenta Alexandra Litviněnka, který zemřel 13. listopadu 2006 na otravu radioaktivním poloniem. Od roku 2000 žil Litviněnko v Londýně. Poskytl informace o propojení ruských politiků s organizovaným zločinem nebo západoevropských společnostech s Kremlem (Aktuálně.cz 2016). Existují spekulace, že vraždu Litviněnka nařídil přímo ruský prezident Vladimir Putin.

uvést příklad tzv. rollback složky ruské měkké moci. Jedná se o schválení zákona, jenž umožňuje ruské vládě označit média, která získávají podporu ze zahraničí, za zahraniční agenty. Touto normou již byly zasaženy například Voice of America či Radio Liberty, které na základě toho, že jsou finančně podporované americkou vládou, se musely registrovat jako zahraniční agenti (Reuters 2017). Alina Polyakova, která se zaměřuje na politickou situaci v Ruské federaci a také na transatlantické vztahy, ve svém textu vydaném ve Foreign Affairs komentuje tento krok jako „nejnovější ruská omezení mezinárodních médií jsou součástí snah trvajících déle než dekádu Putina režimu s cílem potlačit nezávislá média“ (2017). Toto rozhodnutí ruského parlamentu a prezidenta Putina má jeden cíl, a tím je oslabení činností organizací a médií, které mohou potenciálně více ztrahovat západní hodnoty a kulturu, tedy omezit měkkou moc jiných států v rámci Ruské federace.

2.2.3 Invention

Třetí a poslední složkou Van Herpenova konceptu jsou tzv. vynálezy, které nizozemský autor považuje za nejdůležitější a definuje je jako „*strategie, pomocí které jsou vynalezeny nové metody měkké moci(...) Zahrnuje jak legální, tak i nelegální aktivity, jejich cílem je zvýšit vliv Kremle v zahraničí*“ (2016: 34). Mezi tyto nové metody lze zařadit například zaměstnávání západních společností zabývajících se public relations, nebo také nelegální financování politických stran. Tyto nové invence začaly vznikat během barevných revolucí, kdy tehdejší prezident Vladimir Putin a jeho vláda zahájili tzv. „velkou strategii,“ která podle slov Herpena „*byla zkonstruována k budování, posílení a aktivaci všech možných zdrojů měkké moci, kterými Rusko disponovalo (v té době však bez použití pojmu měkká moc)*“ (2016: 43). Ruská federace investovala velké množství peněz pro vývoj těchto nových metod a hlavním zdrojem financí se stal prodej ropy a plynu. Ruští představitelé se snažili vytvořit metody, které by zaručovaly autentičnost konceptu měkké moci.

Vynálezy ruské vlády jsou velmi důležité a slouží k dosažení hlavních cílů zahraniční politiky, a tím jsou zlepšení obrazu Ruské federace v zahraničí a získání vlivu. Za příklad takových ruských invencí k posílení vlivu v zahraničí lze považovat například zaměstnávání zahraničních lobbingských společností, které mají za cíl ovlivnit názory a postoje politických elit západních zemí. K takovému jednání došlo například během ukrajinských prezidentských voleb, kdy došlo k otrávení prozápadního kandidáta Viktora Juščenka. Následně poté byl Juščenko transportován do jedné z klinik ve Vídni, která údajně měla vydat prohlášení o tom, že prezidentský kandidát nebyl otráven. Specialista na ukrajinskou politiku Andrew Wilson argumentuje, že „*(...) stopy vedly k PR společnosti Euro RSCG, která byla napojena na Viktora*

Pinčuka“ (2005: 98). Právě zmiňovaný ukrajinský oligarcha V. Pinčuk byl napojen na nejvyšší politické kruhy na Ukrajině, a to hlavně díky sňatku s dcerou bývalého ukrajinského prezidenta Leonida Kučmy. Pinčuk i Kučma podporovali druhého, Ruskem preferovaného kandidáta, Viktora Janukoviče. Napojení Pinčuka na ruskou vládu existuje bez pochyb, jelikož jeden z nejbohatších ukrajinských oligarchů zbohatnul právě díky obchodu s ropou a zemním plynem s Ruskou federací. PR společnost Euro RSCG, která pracovala nejen pro V. Pinčuka, ale i pro další „*oligarchy, kteří jsou přáteli Kremlu, a dále také i nepřímo pro samotný Kreml*“ (Herpen 2016: 56). Využívání zahraničních PR a lobbying společností se stalo ustálenou metodou, kterou disponuje ruská vláda k získání vlivu v zahraničí.

Další možnou platformou, pomocí které se Ruská federace pokouší ovlivňovat politické elity v zahraničí, jsou mezinárodní fóra. Nejvýznamnějším příkladem takového fóra je Valdajský klub, který vznikl v roce 2004 a jeho cílem je zprostředkovat dialog mezi ruskou a zahraniční intelektuální elitou (Van Herpen 2016: 59). Tento dialog by měl přinést nezávislé a objektivní odborné analýzy rozvoje politiky, ekonomiky či společnosti v Rusku i v jiných místech světa (Valdai Discussion Club 2018). Valdajský klub pořádá každý rok v říjnu konferenci a mimo to také organizuje regionální konference v rámci Asie, Blízkého východu a Transatlantického prostoru (Pallin, Oxenstierna 2017: 25). Podle informací dostupných na oficiálních stránkách není toto diskuzní fórum sponzorované ruskou vládou. Mezi partnery fóra se vyskytují například banky či metalurgické společnosti. Paradoxem je, že toto fórum se neřadí mezi vládní organizace, ale jeho hlavní událostí je prezidentská konference. „*Valdajský klub se (dle svých slov) neangažuje v rámci propagandy, ale navzdory tomu, publikace, které vydává, zahrnují mnoho pohledů a názorů propagované Ruskem na mezinárodním poli*“ (Pallin, Oxenstierna 2017: 26). Ačkoli samotné vedení fóra i ruské politické elity tvrdí, že tento projekt není součástí státní propagandy, ruská renomovaná politoložka Lilia Shevtsova argumentuje, že se jedná o „*jednu z nejefektivnějších nástrojů k vymývání mozků, který také slouží Kremlu k dosahování cílů propagandy*“ (2010). I Marcel H. Van Herpen je toho názoru, že toto diskuzní fórum slouží pro účely propagandy.

V roce 2016 se český prezident Miloš Zeman zúčastnil konference Dialog civilizací na řeckém ostrově Rhodos jako hlavní řečník. Této konference se zúčastnil i bývalý prezident ČR Václav Klaus. Hlavním pořadatelem konference je ruský podnikatel Vladimir Jakunin, jenž je přítelem a spolupracovníkem ruského prezidenta V. Putina (Kočí 2016). Jakunin je zakladatelem mnoha organizací, které zahrnují „*výměnné programy, diskuzní fóra, hodnotové organizace, a to nejméně v pěti evropských státech: Německu, Švýcarsku, Rakousku, Francii a Řecku*“ (Hug 2017: 7). Konference na ostrově Rhodos slouží pro setkávání

odborníků, vědců a politiků, kteří diskutují o „alternativních modelech“ demokracie. V roce 2016 se této konferenci účastnili i nejvyšší političtí představitelé Slovenska a Maďarska. Hug komentuje síť organizací Jakunina slovy: „*Jakuninovy organizace musí být sledovány už jen proto, že on sám věří v Kremelskou propagandu*“ (2017: 8). Tyto organizace pomáhají šířit ideologii Kremlu a jsou využívány jako nástroje ruské propagandy v zahraničí.

3. Měkká moc a ruská státní propaganda

V této kapitole je pozornost zaměřena na státní propagandu, kterou vede ruská vláda za účelem vylepšení obrazu Ruské federace v zahraničí s odkazem na sovětskou propagandu, jež v období studené války sehrála důležitou roli v manipulaci veřejným míněním. K dosažení vytyčeného cíle ruské zahraniční politiky byly vytvořeny různé mechanismy pro manipulaci veřejného mínění, které obsahují například státem vlastněné a kontrolované rádiové či televizní stanice, internetové informační servery nebo také různé platformy fungující jako sociální sítě. Tato kapitola si klade za cíl analyzovat propagandistické činnosti ruské státem vlastněné zpravodajské stanice RT dříve Russia Today), která je důležitou součástí ruské zahraniční politiky. RT je jedním z nejdůležitějších nástrojů ruské vlády a milióny lidí ji denně sledují. Z tohoto důvodu je velká část této kapitoly věnována právě RT.

3.1 Od sovětské propagandy po současnou ruskou propagandu

V období studené války, která je některými akademiky považována za válku propagandy, disponoval Sovětský svaz mnohými propagandistickými nástroji k manipulaci veřejného mínění. Mezi ně lze zařadit například státní rádiové a televizní stanice či noviny. Autor publikace *The British at War: Cinema, State and Propaganda* a specialista na propagandu se zaměřením na kinematografii James Chapman uvádí, že v případě totalitního Sovětského svazu „*propaganda byla nejviditelnější zbraní státu a jejím účelem byla politická indoktrinace a kontrola společnosti*“ (2000: 680). Sovětská vláda si uvědomovala důležitost propagandy, a proto zřídila centrálně řízené státní instituce, jejichž úkolem bylo kontrolovat a rozšiřovat politickou propagandu. Jedním z nejdůležitějších orgánů byl tzv. komisariát lidové osvěty.

Ačkoliv v západních demokraciích byla propaganda spojována s negativní konotací, Sovětský svaz si ji osvojil a vytvořil státní propagandu, kterou slovy Chapmana vnímal jako „*pozitivní sílu k masovému přesvědčování a kontrole společnosti*“ (2000: 682-683). Sovětská vláda měla monopol v šíření informací a pomocí propagandistických nástrojů šířila svou ideologii socialismu. Propaganda kladla důraz na výhody socialismu a naopak na nevýhody nepřátelské ideologie kapitalismu (Bruk 2013: 7). Vláda vynakládala mnohé prostředky na rozvoj propagandistických metod, které by byly efektivnější v šíření ideologie. V průběhu 70. a 80. let 20. století investovala sovětská vláda více než 3,5 miliard dolarů na propagandu (Bruk 2013: 7-8). Sovětská propaganda byla jednou z hlavních zbraní, pomocí které Sovětský svaz bojoval proti USA v průběhu studené války

Joseph S. Nye mluví o tom, že v období studené války byl Sovětský svaz hlavním konkurentem americké měkké moci. Tuto tezi komentuje slovy, že „*po skončení druhé světové války byl Sovětský svaz atraktivní pro mnohé v Evropě, a to díky jeho vzdoru vůči Hitlerovi, a také v koloniálních oblastech v Africe a Asii, protože stál proti evropskému imperialismu*“ (2004: 73). Dalšími zdroji měkké moci Sovětského svazu byly například věda a technologie, klasická hudba, balet či sportovci. Nicméně existovaly prvky, které podkopávaly tuto měkkou moc. Americký politolog argumentuje, že „*sovětská propaganda byla nekonsistentní s politikami sovětské vlády*“ a říká, že invaze v Maďarsku v roce 1956 a invaze do Československa v roce 1968 podkopaly sovětskou měkkou moc, a od této doby nebyl Sovětský svaz pro Spojené státy americké konkurentem v měkké moci (Nye 2004: 75). Efektivita sovětské propagandy poté v těchto zemích byla nízká. Metody sovětské propagandy se využívaly i po rozpadu samotného Sovětského svazu. S nástupem Vladimira Putina se pozornost těmto propagandistickým aktivitám zvýšila a jsou nadále využívány a zdokonalovány (Bruk 2013: 8-9).

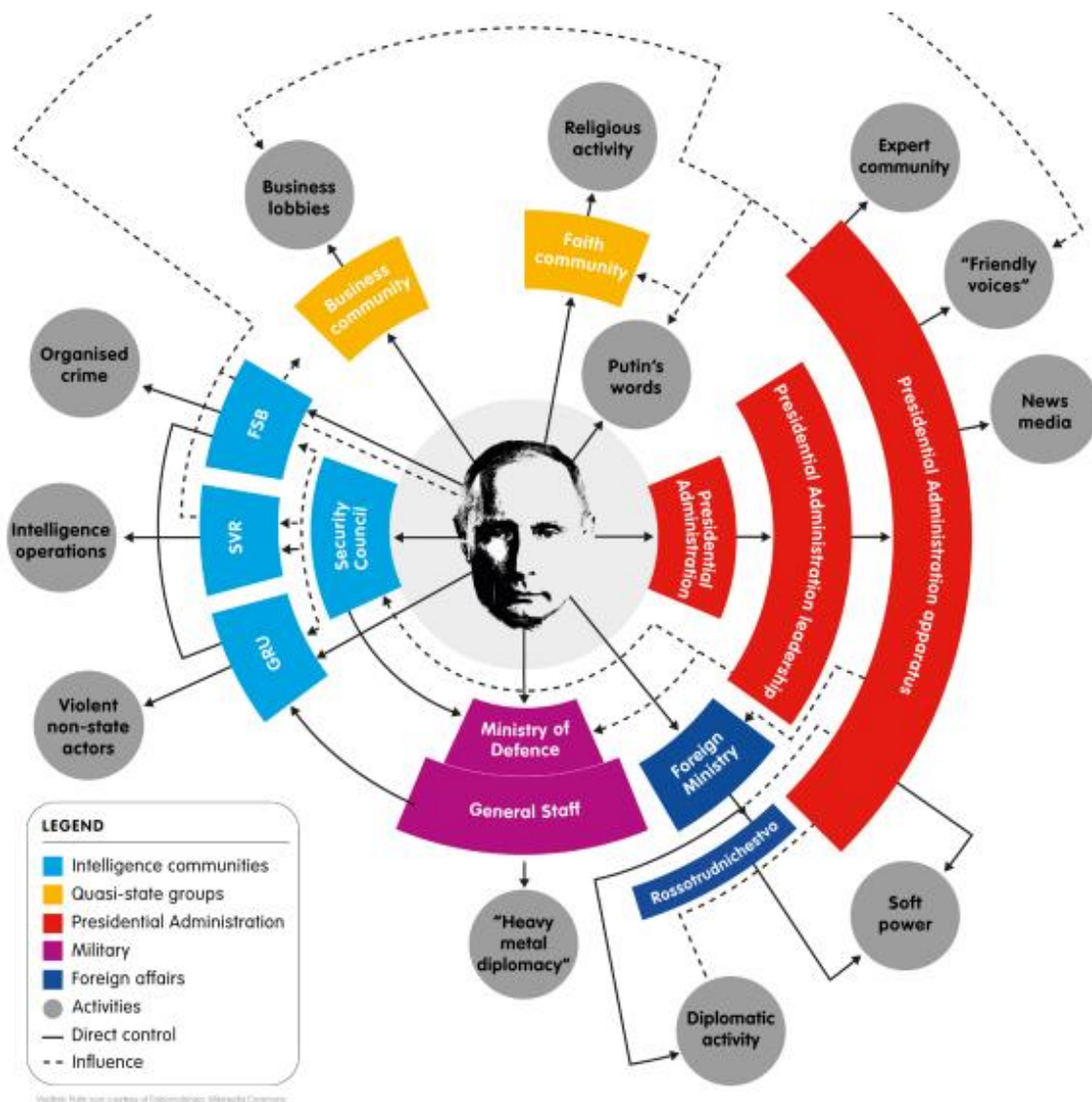
Na tuto sovětskou propagandu navazuje i v současnosti Putinův režim, který kopíruje metody ze sovětských dob. Nicméně jak říká Van Herpen „*je (Putin) také důležitým inovátorem. Současná ruská propaganda má kompletně nový charakter*“ (2016: 3). Tato nová povaha ruské propagandy je determinována velkým rozpočtem, který ruská vláda vyhradila na propagandu. Dále se na charakteru propagandy odrazila modernizace technologií a Van Herpen dodává, že „*všechna média, nejen TV a rádio či tisk, ale také internet a sociální sítě, jsou využívány na profesionální úrovni k propagaci postojů Kremlu*“ (2016: 3). Tato skutečnost přináší Ruské federaci možnost rozšířit své publikum.

Současná ruská propaganda, která obsahuje různé inovace, zahrnuje velké spektrum nástrojů. Nizozemský politolog ji nazývá „*ofenzivní propagandou,*“ která se zaměřuje na rozšiřování ruské státní propagandy přímo v zahraničí, a to prostřednictvím cizojazyčných zpravodajských stanic a s využitím internetu. Také se snaží rozšiřovat ruskou propagandu nepřímo prostřednictvím západních médií, kupováním západních novin či financováním západních politiků a politických stran (Van Herpen 2016: 68-70). Tato ofenzivní propaganda se stala součástí ruské měkké moci a například Alexander Dolinsky, který se specializuje na veřejnou diplomacii, argumentuje, že „*Kreml považuje měkkou moc jako sadu nástrojů k manipulaci*“ (Dolinsky citován in Pomerantsev, Weiss 2013: 12). Pomerantsev, specialista na ruskou propagandu uvádí, že vytvoření Valdajského klubu, najímání zahraničních PR společností, investice do populární kultury na Západě či spuštění zpravodajské televizní stanice Russia Today byly kroky, které měly působit jako klasická měkká moc (2013: 12). Igor Panarin,

který se zabývá informační válkou vedenou Ruskou federací, říká, že úsilím ruské vlády je vytvořit mocný státní systém, který by řídil tuto informační válku. Takový systém by měl zahrnovat Státní radu pro informační válku, poradce prezidenta Ruské federace v záležitostech týkajících se informačních operací či státní média působící v zahraničí (Panarin 2017). Tyto inovace sehrávají důležitou roli v prosazování ruské zahraniční politiky.

Mnoho autorů tedy zastává názor, že Ruská federace přechází od využití měkké moci k informační válce (Galeotti 2016; Panarin 2017; Pomerantsev, Weiss 2013; Van Herpen 2016). Mark Galeotti, profesor působící na univerzitě v New Yorku a v současné době i v Ústavu mezinárodních vztahů v Praze, je toho názoru, že Kreml je paranoidní a „*proto přechází v hru, která utváří, jak to můžeme nyní nazvat, weaponizací informací*“ (citován in Pomerantsev, Weiss 2013: 13). Soudobá informační válka vedená Ruskou federací nemá za úkol informovat, nýbrž se z ní stává silná zbraň vůči Západu. Mediální analytik Vasily Gatov tuto skutečnost komentuje slovy: „*Pokud bylo 20. století definováno jako válka za svobodu informací proti cenzuře, 21. století bude definováno nenávisťnými aktéry, státy či korporacemi, které zneužívají právo na informaci a také svobodu informací*“ (citován in Pomerantsev, Weiss 2013: 14). Informace a jejich narativy se staly klíčovými v současné politice Ruské federace vůči ostatním státům, kde se snaží získat a uplatnit svůj vliv. Galeotti sestavil graf, který poukazuje na to, jakým způsobem prezident Ruské federace, Vladimir Putin, koordinuje ruské aktivity.

Graf č. 5: Aktivity ruského prezidenta V. Putina



(Galeotti 2017: 3).

Z grafu lze tedy vyčíst, že činnost ministerstva zahraničních věcí je úzce spjata s činností prezidentské administrativy, jejíž aktivity zahrnují například zpravodajská média (typickým příkladem je státem vytvořená stanice RT), které přímo podléhají těmto orgánům a jsou také jimi kontrolovány. Na závěr lze říci, že ministerstvo zahraničních věcí a administrativa prezidenta kontrolují měkkou moc Ruské federace. V návaznosti na tento graf autor sestavil tabulku, která poukazuje na stupeň zranitelnosti různých států vůči ruským aktivitám, které jsou uvedeny v předcházejícím grafu.

Tabulka č. 2: Zranitelnost zemí vůči ruským aktivitám

		Level of Affinity or Vulnerability		
		High	Medium	Low
Institutional strength	High	None	DISRUPT Examples: France, Germany, Netherlands, Sweden	EXPLOIT Examples: United Kingdom
	Medium	SOCIAL CAPTURE Examples: Slovakia	INFLUENCE Examples: Czech Republic, Italy, Latvia, Lithuania	DEMONISE Examples: Estonia, Poland
	Low	STATE CAPTURE Examples: Bulgaria, Greece	TARGET STATE Examples: Hungary, Montenegro, Romania	None

(Galeotti 2017: 7).

K údajům v tabulce je nutné doplnit, že v případě síly institucí, vycházel autor z Fund For Peace Fragile States indexu. Úroveň zranitelnosti je založena na datech Pew Research Center o pohledu na Ruskou federaci, následně upravené jako úroveň ekonomické závislosti a infiltrace. Z tabulky lze vyčíst, že pokud jsou instituce slabší v dané zemi, pro Rusko se naskýtá možnost získat si stát (state capture). Za takový příklad může být považováno Bulharsko, kde se Rusko snaží vytvořit silnou síť vztahů s různými spojenci a klienty uvnitř Bulharska. Zmiňuje se o vlivu Ruské federace na českého prezidenta Miloše Zemana a uvádí, že „jeho otevřená kritika NATO a EU je radostně opakována v moskevských propagandistických kampaních v celé střední Evropě“ (Galeotti 2017: 7). Česká republika v této Galeottiho tabulce spadá do kategorie vlivu (influence).

3.2 RT jako nástroj ruské propagandy v zahraničí

Jedním z hlavních cílů ruské zahraniční politiky je, jak uvedl i prezident Vladimir Putin v mnoha svých projevech, vylepšení obrazu Ruské federace v zahraničí. V roce 2012 v projevu po setkání se s reprezentanty Ruské federace v mezinárodních organizacích uvedl, že „ruský

obraz v zahraničí není formován Ruskem, bývá často zkreslován a nereflkuje reálnou situaci v naší zemi“ (Putin 2012). K tomuto účelu byly vytvořeny různé organizace jako například Rossotrudnichestvo nebo Russkii mir. Mimo tyto organizace byla však založena i různá média fungující v mnoha zemích na světě a spadají do státního mediálního koncernu Rossija Segodnja (ta vznikla sloučením Hlasu Ruska a agentury Ria Novosti). Zpravodajský server Sputnik je považován za nástroj ruské propagandy. Tento server má v současnosti i českou verzi (iDNES.cz 2015). Nejdůležitějším nástrojem ruské propagandy je zpravodajská televizní stanice, dříve známá jako Russia Today, dnes již RT.

Tato televizní stanice byla založena v roce 2005 a je financována ruskou vládou. Jejím hlavním úkolem je propagovat Ruskou federaci v zahraničí. Tato televizní stanice má za cíl vybalancovat informační monopol západních médií (Yablokov 2015: 305). Iniciativu vytvořit tento zpravodajský kanál projevil ve svém projevu Mikhail Lesin, tehdejší ministr tisku. RT se měla stát globálním konkurentem takových mediálních stanic, jako například americká CNN, britská BBC či arabská Al Jazeera (Van Herpen 2016: 70-71).

Stejný názor zastává i redaktor deníku The New York Time, Steven Erlanger a shrnuje, že tato stanice byla *„vytvořena Vladimírem Putinem jako ruská odpověď na televizní stanice, které jsou součástí měkké moci, jako například France 24 a BBC“* (2017). Simon Shuster uvádí, že tato globální zpravodajská televizní stanice *„je hlavní zbraní ruské vlády k zintenzivnění informační války se Západem“* a také komentuje napojení RT na ruskou vládu slovy, že *„její (RT stanice) hlavní editor má přímou telefonickou linku do Kremli“* (2015). Šéfredaktorkou RT je Margarita Simonjanová, která je velice kontroverzní osobou. O činnosti RT uvedla, že *„jsme mnohem méně kritičtí vůči politikám Západu než jsou západní média kritičtí vůči Rusku“* (Simonjanová citována v Seddon 2017). V mnoha svých projevech se ostře vymezuje proti západním státům. *„Nechápu, že máte tu drzost si myslet, že víte lépe než kdokoliv jiný na světě, kdo je marginální a kdo ne“* (Simonjanová citována v Seddon 2017). Šéfredaktorka RT získala od prezidenta V. Putina medaili za objektivitu v roce 2014 po anexi Krymu.

Televizní stanice RT je financována přímo ze státního rozpočtu. V roce 2005 ruská vláda investovala 23 milionů amerických dolarů ke spuštění tohoto televizního kanálu, posléze byl rozpočet navýšen o 47 milionů dolarů. Již v roce 2008 připadlo RT 120 milionů dolarů ze státního rozpočtu, což je navýšení o více než dvojnásobek. Rozpočet pro televizní stanici RT rapidně narůstal a v roce 2011 činil 380 milionů dolarů (Van Herpen 2016: 70-71). Rozpočet pro rok 2016 byl ve výši 300 milionů dolarů a samotná RT na svých webových stránkách napsala, že *„rozpočet RT byl snížený o více než čtvrtinu v uplynulých dvou letech, a to z důvodu oslabení rublu“* (RT 2016). The New York Time odhaduje, že rozpočet pro RT v roce 2017

činil 323 milionů, tedy došlo k mírnému navýšení (2017). Velké množství peněz získaných ze státního rozpočtu Ruské federace umožnilo televizní stanici RT stát se globálním mediálním aktérem. V roce 2011 činil celkový počet zaměstnanců více než 2000 po celém světě.

Internetové stránky RT uvádí, že je stanice dostupná pro 700 milionů diváků ve více než 100 zemích světa. Zpravodajský kanál vysílá v několika jazycích, a to v angličtině, arabštině a španělštině (Van Herpen 2016: 71). Internetová stránka RT nabízí mj. i německou a francouzskou verzi. Sledovanost RT je poměrně vysoká. Podle průzkumu společnosti Ipsos, která přináší celkový přehled mediální sledovanosti, měla RT v roce 2015 přes 70 milionů diváků, z tohoto počtu zhruba polovina sleduje stanici každý den (Erlanger 2017). Zpravodajská stanice RT je ještě více sledována online. V červnu 2013 získala videa této zpravodajské stanice přes miliardu zhlédnutí na YouTube. Jednalo se o velký úspěch, jelikož se žádné jiné zpravodajské stanice nepodařilo dosáhnout takového počtu zhlédnutí (Van Herpen 2016; Erlanger 2017).

Některé západní deníky upozorňují na skutečnost, že RT i ruská vláda udávaly nepravdivý počet sledujících, aby poukázaly na to, jaký mají vliv mezi západními médii. Judy Dempsey konstatuje, že „*hlavní nástroj ruské propagandy, zpravodajská stanice RT, má malé publikum*“ (Dempsey 2017). Server The Daily Beast získal dokumenty přímo od V. Gatova, který je bývalým zaměstnancem RIA Novosti. Gatov sdělil, že „*RT neustále předstírá, že je mnohem významnější*“ (Gatov citován v Zavadski 2015). Stanice RT tvrdí, že počet sledujících vysílání v angličtině, španělštině a arabštině v roce 2013 dosahuje 630 milionů. Katie Zavadski argumentuje, že „*ve skutečnosti toto číslo představuje jen teoretický geografický rozsah publika*“ (Zavadski 2015). Nejvíce sledovaná videa stanice RT nejsou politického charakteru. Redaktorka deníku The Washington Post Amanda Erickson ve svém článku představuje výsledky analýzy: „*81 % videí ze 100 nejsledovanějších se týká přírodních katastrof, nehod či kriminálních případů. Videa týkající se politiky (...) představují pouze 1 % z celkového počtu videí publikovaných na Youtube*“ (Erickson 2017). Počet sledujících RT je ve skutečnosti nižší než udávají oficiální stránky této stanice.

V prvních letech od spuštění svého vysílání se stanice RT zaměřila na zlepšení obrazu Ruské federace v zahraničí. Obsah vysílaných programů měl za cíl informovat pozitivně o Rusku. Velký důraz byl kladen na propagaci unikátní ruské kultury, roli Ruska v průběhu druhé světové války nebo na etnickou rozmanitost Ruska (Van Herpen 2016:71-72). Margarita Simonjanová, která je šéfredaktorkou RT, je toho názoru, že RT by měla přinášet „*Ruskou perspektivu na svět*“ (citována v Michel 2015). Velká změna nastala v roce 2009, kdy RT začala vysílat programy s obsahem, který se negativně vymezoval vůči Západu, zejména USA,

a přicházela s různými konspiracemi (Richter 2017; Van Herpen 2016). Předmětem zpráv RT, které měly poukázat na negativní stránky USA, se staly například sociální nerovnost, nezaměstnanost nebo osud lidí bez domova. Do svých pořadů začala RT zvat dokonce členy „marginálních, někdy až pravicově extremistických protivládních skupin, které prezentovala jako experty“ (Van Herpen 2016: 72).

Tuto situaci komentuje nizozemský politolog Van Herpen takto: „Od roku 2009 se začalo měnit zaměření Russia Today. Postupně se z nástroje defenzivní měkké moci stal nástroj ofenzivní“ (Van Herpen 2016: 72). V článku publikovaném na serveru Politico se Casey Michel vyjadřuje k této změně a říká, že „moderátoři nesdíleli informace a zprávy, ale vykřikovali je, snižovali jejich důležitost a dokola debatovali se svými hosty o konspiracích...“ (Michel 2015). Šéfredaktorka RT, Margarita Simonjanová, uvedla důvod, proč je RT tak potřebná, a to „ze stejných důvodů jako když země potřebuje ministerstvo obrany“ (citována v StopFake.org 2018). Toto tvrzení šéfredaktorky RT je důkazem pro Van Herpenovu tezi, že tato zpravodajská stanice se stala ofenzivním nástrojem ruské vlády.

Původně měla stanice RT působit jako nástroj měkké moci, nicméně se postupem času změnila v prostředek k šíření ruské propagandy. V roce 2012 The Economist zveřejnil článek, ve kterém píše, že některé programy RT se dají považovat za propagandu (2010). Redaktor Simon Shuster nazývá tuto stanici „nejsofistikovanější propagandistickou mašinerií“ (2015). Editor New Yorkeru, David Remnick, uvedl, že „RT je temná a nepříjemně brilantní, je mnohem sofistikovanější než sovětská propaganda. Reflektuje putinismus a jeho rozhořčení nad západní povýšeností... RT nabádá publikum k názoru, že Rusko má smysl“ (citován v Pomeransteve, Weiss 2013: 13). Politolog Van Herpen taky uvádí, že „RT se stala plnohodnotným nástrojem propagandy Kremlu“ (2016: 73).

Západní političtí lídři zastávají podobný názor a mluví o RT jako o prostředku k šíření propagandy. Například francouzský prezident Emmanuel Macron řekl v roce 2015 na tiskové konferenci, že „Russia Today a Sputnik se nechovaly jako mediální organizace, ale jako agentury vlivu a propagandy, živé propagandy“ (citován v France24 2015). Stop Fake, která se zaměřuje na ověřování faktů, uvádí, že prokremské dezinformace pochází z RT a Sputniku a označuje je za „mezinárodní vlajkové lodě současné ruské dezinformační kampaně“ (2017). Zpravodajská stanice RT vznikla jako nástroj k uplatňování měkké moci a vylepšení obrazu Ruské federace, nicméně se změnila ve velmi důležitý prostředek ruské vlády k manipulaci a získání vlivu.

Existuje mnoho příkladů, které poukazují na skutečnost, že RT je využívána k rozšiřování nepřesných, zavádějících a neobjektivních informací. Specialista na ruskou

propagandu Peter Pomeransteve poukázal na slova šéfredaktorky RT, která uvedla, že „*neexistuje nic jako objektivní zpravodajství*“ (citována in Richter 2017: 10). Na nesprávnost a nepřesnost informací publikovaných online na zpravodajském serveru RT nebo vysílaných v různých pořadech televizní stanice se zaměřují některé iniciativy. Například lze uvést projekt s názvem RT WATCH, který vytvořili absolventi Kolumbijské univerzity. Ti prezentují tento projekt takto: „*V příštích několika týdnech budeme sledovat program RT Amerika, abychom porozuměli o čem vlastně je*“ (RT WATCH 2018). Na blogu RT WATCH lze nalézt články, které vysvětlují, jakým způsobem pracuje s informacemi RT. Jeden z textů argumentuje, že „*RT ráda pracuje s částečnými citacemi*“ (RT WATCH 2015).

Další projekt nese název Stopfake.org a jedná se o iniciativu skupiny ukrajinských žurnalistů, kteří se soustředí na ověřování faktů s cílem bojovat proti propagandě, kterou šíří ruská média. Zejména se věnuje „*ověřování informací a vyvracení překroucené informace a propagandu o událostech na Ukrajině*“ (Stopfake.org 2018). Internetové stránky tohoto projektu jsou dostupné ve více než deseti jazycích, včetně češtiny. V textu zveřejněném na internetové stránce Stopfake.org, jehož úvodní titulek zní *Seven things you should know about pro-Kremlin disinformation*, je pozornost věnována způsobům šíření ruských dezinformací. Za jeden z hlavních zdrojů těchto dezinformací je uvedena zpravodajská stanice RT (Stopfake.org 2017).

Mezi organizace bojující proti šíření nepravdivých informací se řadí taky česká nevládní politická nezisková organizace, která nese název Think-tank Evropské hodnoty (anglicky European Values Think-Tank). Hlavním cílem organizace je ochrana liberální demokracie. V rámci Think-tanku Evropské hodnoty funguje strategický program Kremlin Watch, jehož cílem „*je rozkrývat a čelit dezinformačním a vlivovým operacím Ruské federace a jejich spoluhráčů*“ (Evropské hodnoty 2018). Think-tank Evropské hodnoty publikuje zprávy a práce svých specialistů, které jsou dostupné na jeho internetových stránkách. Ve zprávě Kremlin Watch z roku 2017 Monika L. Richter uvádí, že „*RT není důvěryhodná zpravodajská společnost ani neškodný nástroj veřejné diplomacie či nation-brandingu. Je to spíše snaha zmanipulovat mezinárodní veřejné mínění prostřednictvím propagace různých konspirací, dezinformací představujících „postmoderní“ mutaci technik sovětské propagandy*“ (Richter 2017: 6). Existuje mnoho důkazů, které poukazují na skutečnost, že RT je nástrojem ruské propagandy.

Například informování RT o tragické nehodě letadla MH17 obsahovalo mnohé konspirace, na které upozorňuje Stopfake.org. RT tvrdila, že toto letadlo nizozemské společnosti bylo sestřeleno ukrajinskými vojáky. K doplnění této konspirace dodala,

že v tu dobu mělo Putinovo letadlo letět nad tímto územím a že cílem ukrajinských vojáků bylo jej sestřelit (Stopfake.org 2014). Zpravodajský server BBC uvedl závěry vyšetřovacích týmů. Společný vyšetřovací tým došel k závěru, že let MH17 zasáhla raketa BUK z území proruských rebelů (BBC 2016). Dalším příkladem konspirace rozšiřované stanicí RT se týká ukrajinského konfliktu. Oficiální ruský narativ ukrajinského konfliktu, který byl šířen touto stanicí, byl založen na domněnce, že USA vyprovokovaly revoluci a pomohly ke svržení ukrajinského prezidenta Viktora Janukoviče (Yablokov 2015: 309-310). Televizní stanice RT vytváří mnohé další dezinformace a konspirace.

Zpravodajská stanice RT, která je volně dostupná a kdokoli ji může sledovat online, je jedním z nejdůležitějších nástrojů pro šíření proruských postojů. V posledních letech se velmi ostře vymezuje proti Západu, a to hlavně USA, a ve svých pořadech se zabývá spíše konspiracemi, než fakty. Mnohé informace poskytované touto stanicí nejsou přesné, některé jsou dokonce nepravdivé. Tento postupný vývoj a změna editorské strategie v rámci RT poukazují na skutečnost, že se jedná o propagandistický nástroj Kremlu. Podle definic představených v první kapitole je propaganda charakterizována jako úmyslný pokus o utváření pohledů, manipulace vnímání s cílem dosáhnout záměru propagandistů. Zpravodajská televizní stanice RT se stala nástrojem k manipulaci veřejného mínění a jejím cílem je rozšířit názory ruské vlády a přesvědčit publikum k následování ruských postojů. Tento postup odpovídá definicím propagandy.

Závěr

Bakalářská práce s názvem „Zahraniční politika Ruské federace: využití měkké moci a propagandy“ se zaměřila na ruské pojetí měkké moci a její využití ruskou vládou v praxi. Hlavním cílem práce bylo odpovědět na výzkumné otázky položené v úvodu. Práce byla rozdělena do tří kapitol, které obsahují jednotlivé podkapitoly. Cílem první kapitoly práce bylo definovat a charakterizovat propagandu a koncept měkké moci. Tato část práce představila definice propagandy například amerického profesora G. Jowett a profesorky V. O'Donnellové, Edwarda L. Bernayse, britského historika D. Welche či francouzského sociologa F. Ellula. Definice těchto akademiků obsahovaly několik společných charakteristických rysů, mezi které lze zařadit snahu ovlivňovat veřejné mínění, a to záměrně. Další společnou charakteristikou vyplývající z těchto definic je skutečnost, že úkolem propagandy je dosáhnout cílů propagandistů.

Pro část práce zabývající se konceptem měkké moci byla východiskem teorie amerického politologa Josepha S. Nye, který ji vypracoval na konci minulého století. Práce nastínila teoretický rámec měkké moci s jejími primárními zdroji. Poslední podkapitola teoretické části se zaměřila za zkoumání vztahu propagandy a veřejné diplomacie jako nástroje měkké moci a jejím cílem bylo odpovědět na otázku, *zda je možné považovat propagandu za nástroj, který lze používat v rámci měkké moci a jak lze odlišit propagandu od veřejné diplomacie.* Základní rozdíl mezi těmito termíny spočívá ve skutečnosti, že veřejná diplomacie naslouchá lidem, kdežto propaganda usiluje jen o dosažení cílů propagandistů. V případě veřejné diplomacie Melissen uvedl, že se jedná o dvousměrnou ulici. Nye a Misyuk se shodli a jsou toho názoru, že propaganda by neměla být využívána jako nástroj měkké moci, jelikož postádá kredibilitu.

Druhá kapitola si kladla za cíl odpovědět na otázky, *zda se liší přístup Ruské federace ke konceptu měkké moci od přístupu západních zemí a z jakých primárních zdrojů vychází ruská měkká moc.* Pozornost byla zaměřena na využití měkké moci v rámci ruské zahraniční politiky v období vlády Vladimira Putina, zejména po jeho znovuzvolení v roce 2012. Práce představila hlavní zdroje měkké moci Ruské federace, mezi které patří kultura a jazyk, pravoslavná církev, politické hodnoty a zahraniční politika. Ruští politici si uvědomovali důležitost konceptu měkké moci v průběhu barevných revolucí. V tomto období byly vytvořeny některé mechanismy, jejichž úkolem bylo vybalancovat západní dominanci. Poprvé byl koncept měkké moci zmíněn v oficiálním vládním dokumentu v roce 2013, kdy se stal součástí Konceptu ruské zahraniční politiky. Tato část práce analyzovala ruskou ofenzivní měkkou moc. Tento termín

využil ve své publikaci nizozemský politolog specializující se na ruskou politiku. Tato ofenzivní měkká moc se zakládá na třech hlavních složkách. První složkou jsou tzv. mimesis, které jsou charakterizovány jako snaha kopírovat západní strategie. Rollback tvoří druhou důležitou složku, která byla definována jako úsilí Ruské federace omezit nebo zakázat aktivity zahraničních institucí. Třetí a nejvíce důležitou složkou jsou invence. Ruská vláda vynalezla nové metody měkké moci.

Třetí kapitola se zabývá způsoby, pomocí kterých se ruská vláda snaží vylepšit svůj obraz v zahraničí a získat vliv. Hlavním předmětem této části práce bylo využití propagandy (jak v období Sovětského svazu, tak i v současnosti) jako nástroje k dosažení cílů zahraniční politiky Ruské federace. Na základě podrobné analýzy nizozemský politolog Van Herpen konstatoval, že současná ruská propaganda zahrnuje velké spektrum nástrojů a nazval ji ofenzivní propagandou. Poslední část práce přinesla analýzu ruské zpravodajské televizní stanice RT, která působí v zahraničí. Jejím prvotním cílem bylo přinést ruskou perspektivu k jednotlivým událostem. Nicméně se její účel změnil. V současnosti působí jako nástroj propagandy, který klade důraz na šíření postojů a názorů ruské vlády. RT a její internetové zpravodajské servery, které jsou dostupné v několika jazycích, obsahují dezinformace a přicházejí s mnohými konspiracemi.

Práce dochází k závěru, že propaganda by neměla být součástí veřejné diplomacie a sloužit jako nástroj měkké moci. Právě zmiňovaná propaganda by podle amerického politologa J. S. Nye podkopala důvěryhodnost měkké moci. Negativní konotace, kterou termín propaganda získal během první světové války, by mohla spíše poškodit veřejnou diplomacii a celkově měkkou moc státu. Rusko však ignoruje tuto skutečnost a metody, které využívá v rámci zahraniční politiky, lze charakterizovat jako propagandistické.

Ruské pojetí měkké moci se zásadně liší od pojetí západních států. Hlavním cílem zahraniční politiky, která obsahuje i koncept měkké moci, je zlepšení obrazu Ruské federace. Vladimir Putin ve svých projevech zdůrazňoval tuto potřebu vylepšit image. Měkká moc Ruské federace vychází z kultury a jazyka, církve, politických hodnot a zahraniční politiky. Kultura je velmi důležitým zdrojem měkké moci. Ruská vláda se snaží vyzdvihnout ty největší úspěchy ruské tradiční i populární kultury. Jazyk hraje důležitou roli v sousedních zemích, kde se vyskytují ruské diaspory. Kreml zřídil několik organizací, které mají za cíl posilovat vztahy s těmito minoritami prostřednictvím ruského jazyka. Pravoslaví, stejně jako ruský jazyk, je rozšířen i v dalších státech. Z tohoto důvodu vnímá ruská vláda pravoslavnou církev jako prostředek k vytvoření nadnárodní identity. V roce 1999 Putin vyjádřil potřebu vytvořit hodnoty pro ruskou společnost a odvolával se na tradiční hodnoty jako je například

patriotismus. Ruské hodnoty jsou unikátní a specifické, což lze doložit i slovy některých akademiků a politiků, kteří tvrdí, že Rusko a jeho hodnoty jsou odlišné. K zařazení konceptu měkké moci do oficiální ruské zahraniční politiky došlo v roce 2013. Zde byl charakterizován jako sada nástrojů sloužící k dosahování cílů zahraniční politiky. V Ruském pojetí je měkká moc výlučně státní záležitostí a nebere v potaz činnost nevládních organizací a samotnou společnost. Práce dochází k závěru, že měkká moc je ruskou vládou využívána k prosazení zájmů a je integrální součástí tvrdé moci. Další rozdíl mezi ruským a západním pojetím měkké moci byl shledán ve skutečnosti, že USA se snaží rozšířit své hodnoty a věří, že mohou být využity univerzálně. Kdežto ruské hodnoty tradičně vedly ke sjednocení ruského národa.

Jedním z nejdůležitějších nástrojů Kremlu je bez pochyb zpravodajská televizní stanice RT, jejímž hlavním úkolem je propagovat názory a postoje ruské vlády. Podrobná analýza fungování státem financované RT poukázala na skutečnost, že tato stanice obsahuje propagandistické způsoby, pomocí kterých se snaží ovlivňovat veřejné mínění v zahraničí. Práce v první kapitole došla k závěru, že propaganda by neměla být využívána v rámci měkké moci, jelikož podkopává její důvěryhodnost. Z této skutečnosti plyne, že měkká moc Ruské federace postrádá kredibilitu a reputaci a jejím cílem není zatraktivnit ruskou kulturu, hodnoty a politiky. Hlavním cílem ruské vlády je ovlivnit veřejnost v ostatních státech a získat vliv.

Tato práce představila ruské pojetí měkké moci, které je odlišné od západního vnímání. Ruská propaganda se stala součástí zahraniční politiky a je rozšiřována pomocí ruských médií a vládními i nevládními organizacemi. V současné době čelí nejen evropské státy hrozbě ruské propagandy, která šíří dezinformace či různé konspirace. V rámci magisterského studia bych se ráda zabývala dále tematikou ruské propagandy, jelikož považuji za velmi důležité upozornit na praktiky Kremlu, které mají za cíl zmanipulovat společnost v zahraničí.

Literatura

„About Russkiy Mir Foundation“ *Russkiy Mir Foundation* 2018(online). Dostupné z: <<https://ruskiymir.ru/en/fund/index.php>> (28.3. 2018).

Almond, Gabriel A., Sidney Verba. 1963. *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton: Princeton University Press.

Badsey, Stephen. 2003. „World War I (1914-1918).“ Pp. 437-440 in Nicholas J. Cull, David Cullbert, David Welch (eds.). *Mass Persuasion. A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*. Oxford: AB-CLIO.

Beichelt, Timm, Rostyslav Palenko. 2005. „The Presidential Election and Constitutional Reform.“ Pp. 50-85 in Helmut Kurth, Iris Kempe (eds.). Kyjev: Friedrich-Ebert-Stiftung.

Bernays, Edward L. 1928. *Propaganda*. New York: Horace Liveright.

Biyatov, Evgeny. 2016. „RT watched by 70mn viewers weekly, half of them daily – Ipsos survey“ *RT*, 10. 3. 2016 (online). Dostupné z: <<https://www.rt.com/news/335123-rt-viewership-ipsos-study/>> (2. 4. 2018).

Blomfield, Adrian. 2007. „Russia demands British Council closes offices.“ *The Telegraph* (12. 12. 2007). Dostupné z <<https://www.telegraph.co.uk/news/uknews/1572371/Russia-demands-British-Council-closes-offices.html>> (2. 4. 2018).

Chapman, James. 2000. „Review Article The Power of Propaganda.“ *Journal of Contemporary History* 35 (4): 679-688. Dostupné z: <<http://journals.sagepub.com.proxy.k.utb.cz/doi/pdf/10.1177/002200940003500410>> (5. 4. 2018).

Chomsky, Noam. 1997. *Media Control. The Spectacular Achievements of Propaganda*. New York: Seven Stories Press.

Cooper, Daniel. 2003. „Art.“ Pp. 21-23 in Nicholas J. Cull, David Cullbert, David Welch (eds.). *Mass Persuasion. A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*. Oxford: AB-CLIO.

Croft, Clare. 2016. *Dancers as Diplomats: American Choreography in Cultural Exchange*. New York: Oxford University Press.

Cull, Nicholas J. 2003. „World War II (Britain).“ Pp. 440-441 in Nicholas J. Cull, David Cullbert, David Welch (eds.). *Mass Persuasion. A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*. Oxford: AB-CLIO.

Ćwiek-Karpowicz, Jaroslaw. 2012. *Limits to Russian Soft Power in the Post-Soviet Area*. Berlin: DGAP.

Das, Bijyalom K. 2008. „Russian Minorities in Central Asia and Russia – Central Asia Relationship.“ *Jadavpur Journal of International Relations* 11-12 (1): 64-88. Dostupné z: <<http://journals.sagepub.com.proxy.k.utb.cz/doi/pdf/10.1177/0973598408110005>> (5. 4. 2018).

Dempsey, Judy. 2017. „A selection of expert answer a new question from Judy Dempsey on the foreign and security policy challanges shaping Europe’s role in the world.“ *Carnegie Europe*, 11. 1. 2017 (online). Dostupné z: <<http://carnegieeurope.eu/strategieurope/?fa=67646>> (24. 4. 2018).

Dougherty, Jill. 2013. *Russia’s „Soft Power“ Strategy*. Georgetown University: Washington.

Ellul, Jacques. 1973. *Propaganda. The Formation of Men’s Attitudes*. New York: Vintage Books a Division of Random House.

Erickson, Amanda. 2017. „If Russia Today is Moscow’s propaganda arm, it’s not very good at its job.“ *The Washington Post*, 12. 1. 2017 (online). Dostupné z: <https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2017/01/12/if-russia-today-is-moscows-propaganda-arm-its-not-very-good-at-its-job/?utm_term=.e3d57ca415d3> (25. 4. 2018).

Erlanger, Steven. 2017. „What is RT?“ *The New York Times*, 8. 3. 2017 (online). Dostupné z: <<https://www.nytimes.com/2017/03/08/world/europe/what-is-rt.html>> (8. 4. 2018).

Financial Tracking Service. 2016. *Government of Russian Federation* (online). Dostupné z: <<https://fts.unocha.org/donors/3006/summary/2016>> (21. 4. 2018).

Financial Tracking Service. 2017. *Government of Russian Federation* (online). Dostupné z: <<https://fts.unocha.org/donors/3006/summary/2017>> (21. 4. 2018).

Flanderová, Linda. 2013. „Soft Power: mít či nemít?“ *Ústav mezinárodních vztahů Praha*, 30. 9. 2013 (online). Dostupné z: <<http://www.iir.cz/en/article/soft-power-mit-ci-nemit>> (22. 3. 2018).

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

Galeotti, Mark. 2016. „By matching Moscow’s paranoia, the west plays into Putin’s hands“ *The Guardian*, 14. 3. 2016 (online). Dostupné z: <<https://www.theguardian.com/world/2016/mar/14/russia-paranoia-west-putin-mark-galeotti>> (3. 4. 2018).

Galeotti, Mark. 2017. „Controlling Chaos: How Russia Manages its Political War in Europe.“ *European council on foreign relations*, srpen 2017 (online, pdf). Dostupné z: <http://www.ecfr.eu/page/-/ECFR228_-_CONTROLLING_CHAOS1.pdf> (4. 4. 2018).

Gardner, Ronald J. 2009. *The Protocols of the Learned Elders of Zion, More Clearly Understood* (online; pdf). Dostupné z: <http://www.library.zz.mu/z_library_pdf_books/The%20Protocols%20of%20the%20Learned%20Elders%20of%20Zion%20--%20Book%202%20The%20Annotated%20Text.pdf> (11. 3. 2018).

Goble, Paul A. 2017. „Russian language use in post Soviet space declining precipitously.“ *Euromaidan Press*, 15. 4. 2017 (online). Dostupné z: <<http://euromaidanpress.com/2017/04/15/russian-language-use-in-post-soviet-space-declining-precipitously-euromaidan-press/>> (25. 4. 2018).

Gudkov, Lev, Boris Dubin, Emil Pain. 2012. „Does the „Special Path“ Ideology Contain the Potential for Modernization?“ *Russian Politics and Law* 50 (6): 72-92. Dostupné z: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2753/RUP1061-1940500605?journalCode=mrup20>> (13. 4. 2018).

Herf, Jeffrey. 2005. „The Jewish War: Goebbels and the Antisemitic Campaigns of the Nazi Propaganda Ministry.“ *Holocaust and Genocide Studies* 51-80. Dostupné z: <<http://migs.concordia.ca/documents/HerfNaziPropagandaGoebbelsandtheJewsHGSSpring2005.pdf>> (10. 3. 2018).

Holland, Adam. 2014. „RT „Covers“ the Shooting Down of MH17“ *Stopfake.org*, 18. 7. 2014 (online). Dostupné z: <<https://www.stopfake.org/en/rt-covers-the-shooting-down-of-mh17/>> (15. 4. 2018).

Hug, Adam. 2017. *The information battle: How governments in the former Soviet Union promote their agendas and attack their opponents abroad*. London: The Foreign Policy Centre.

Ivanov, Igor. 2011. „What Diplomacy Does Russia Need in the 21st Century?“ *Russia in Global Affairs*, 29. 12. 2011 (online). Dostupné z: <<http://library.fes.de/pdf-files/bueros/ukraine/02938.pdf>> (1. 4. 2018).

Jason, Gary. 2013. „Film and Propaganda: The Lessons of the Nazi Film Industry.“ *Reason Papers* 35 (1): 203-219. Dostupné z: <https://reasonpapers.com/pdf/351/rp_351_20.pdf> (25. 4. 2018).

Jowett, Gart S., Victoria O'Donnell. 2012. *Propaganda and persuasion*. London: SAGE Publications Ltd.

Kaldor, Mary. 1999. *New and Old Wars. Organized violence in a global era*. Stanford CA: Stanford University Press.

Kanji, Laura. 2016. „Illustrations and Influence: Soft Diplomacy and National Branding through Popular Culture.“ *Harvard International Review* (online). Dostupné z <<http://hir.harvard.edu/article/?a=13059>> (2. 4. 2018).

Karatnycky, Adrian. 2005. „Ukraine's Orange Revolution.“ *Foreign Affairs* (online). Dostupné z <<https://www.foreignaffairs.com/articles/russia-fsu/2005-03-01/ukraines-orange-revolution>> (1. 4. 2018).

Kočí, Kateřina. 2016. „Dialog civilizací aneb Ruská propaganda kam jen oko dohlédne.“ *Forum* 24, 6. 10. 2016 (online). Dostupné z: <<http://forum24.cz/dialog-civilizaci-aneb-ruska-propaganda-kam-jen-oko-dohledne/>> (11. 4. 2018).

Konyshev, Valery, Alexander Sergunin. 2014. „Mezdunarodnaya Bezopasnost': Podkhody i Kontsepty.“ Pp. 39-61 in Oleg Ivanov. *21 Vek: Perekreski Mirovoy Politiki*. Moskva: Kanon-Plus.

Kornweibel, Theodore. 1981. „Humphrey Bogart's sabara: Propaganda, cinema, and the American character in World War II.“ *American Studies* 22 (1): 5-19.

„Kremlin Watch.“ *Evropské hodnoty*, 2018 (online). Dostupné z: <<http://www.evropskehodnoty.cz/kremlinwatch/>> (7. 4. 2018).

Kubyshekin, Aleksandr, Aleksandr Sergunin. 2012. „The Problem of the „Special Path“ in Russian Foreign Policy (From the 1990s to the Early Twenty-First Century).“ *Russian Politics and Law* 50 (6): 7-18. Dostupné z: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2753/RUP1061-1940500601?journalCode=mrup20>> (13. 4. 2018).

Lalík, Slavomír. 2017. „Russian Orthodox Church as a Source of Soft Power.“ *Ústav mezinárodních vztahů Praha*, 19. 9. 2017 (online). Dostupné z: <http://www.iir.cz/article/russian-orthodox-church-as-a-source-of-the-russian-sof>> (28. 3. 2018).

Leab, Daniel. 2003. „Cold War (1945-1989).“ Pp. 92-94 in Nicholas J. Cull, David Cullbert, David Welch (eds.). *Mass Persuasion. A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*. Oxford: AB-CLIO.

Lomtadze, Giorgi. 2017. „Russia’s Soft Power and Hard Power in Georgia“ *Institute for Develepment of Freedom of Information*, 17. 3. 2017 (online). Dostupné z: < https://idfi.ge/en/russias_soft_and_hard_power_in_georgias> (6. 4. 2018).

Lukyanov, Fjodor. 2009. „Poiski Myagkoy Sily.“ *Forbes* (online 2. 11. 2009). Dostupné z < <http://www.forbes.ru/column/23084-poiski-%C2%ABmyagkoi%C2%BB-sily>> (3. 4. 2018).

Melissen, Jan. 2005. „The New Public Diplomacy: Betwwen Theory and Practice.“ Pp. 3-27 in Jan Melissen (ed.). *The New Public Diplomacy. Soft Power in International Relations*. New York: PALGRAVE MACMILLAN.

„Meeting with Russian ambassadors and pernament representatives in international organisations“ President of Russia, 9. 7. 2012 (online). Dostupné z:< <http://en.kremlin.ru/events/president/news/15902>> (20. 4. 2018).

„MH17 Ukraine plane crash: What we know.“ BBC News, 28. 9. 2016 (online). Dostupné z: <<http://en.kremlin.ru/events/president/news/15902>> (20. 4. 2018).

Michel, Casey. 2015. „Putin’s Magnificent Messaging Machine.“ *Politico Magazine*, 25. 8. 2015 (online). Dostupné z: < <https://www.politico.com/magazine/story/2015/08/25/putin-rt-soviet-propaganda-121734>> (24. 4. 2018).

Misyuk, Iryna. 2013. „Propaganda and Public Diplomacy: the Problem of Differentiation.“ *Humanities and Social sciences* 21-23: 76-77. Dostupné z: < <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/24199/4/29-76-77.pdf>> (26. 3. 2018).

Monaghan, Andrew. 2013. „The New Russian Foreign Policy Concept: Evolving Continuity.“ *Chatham House*, duben 2013 (online). Dostupné z: <<https://www.chathamhouse.org/publications/papers/view/190857>> (11. 4. 2018).

- Nietzel, Beno. 2016. „Propaganda, psychological warfare and communication research in the USA and the Soviet Union during the Cold War.“ *History of the Human Sciences* 29 (4-5): 59-76. Dostupné z: <<http://journals.sagepub.com.proxy.k.utb.cz/doi/pdf/10.1177/0952695116667881>> (10. 4. 2018).
- Nye, Joseph S. 1990. „Soft Power.“ *Foreign Policy* (80): 153-171. Dostupné z: <<http://www.jstor.org/stable/1148580>> (20. 3. 2018).
- Nye, Joseph S. 2004. *Soft Power The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs.
- Nye, Joseph S. 2011. *The Future of Power*. New York: PublicAffairs.
- Nye, Joseph S. 2008. „Public Diplomacy and Soft Power.“ *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616 (1): 94-109. Dostupné z: <<http://journals.sagepub.com.proxy.k.utb.cz/doi/pdf/10.1177/0002716207311699>> (25. 3. 2018).
- „Olympia Part 1 Fest der Völker 1939 with English Subs“ Youtube, 26. 7. 2012 (video). Dostupné z: <<https://www.youtube.com/watch?v=ILnGqMoNXRI>> (25. 3. 2018).
- Pallin, Carolina Vendil, Susanne Oxenstierna. 2017. *Russian Think Tanks and Soft Power*. Stockholm: FOI (online; pdf). Dostupné z <https://www.researchgate.net/publication/319747832_Russian_Think_Tanks_and_Soft_Power?enrichId=rgreq-56da57faa30c5ee5fe0827809c3523da-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzMxOTc0NzgzMjtBUzo1Mzg3NjI2MTk5NTMxNTJAMTUwNTQ2MjQyNjg2Ng%3D%3D&el=1_x_3&_esc=publicationCoverPdf> (2. 4. 2018).
- Panarin, Igor. 2017. „A system of Russian information warfare“ *Toinformistoinfluence.com*, 1. 3. 2017 (online). Dostupné z: <<https://toinformistoinfluence.com/2017/03/01/igor-panarin-a-system-of-russian-information-warfare/>> (10. 4. 2018).
- Payne, Daniel P. 2010. „Spiritual Security, the Russian Orthodox Church, and the Russian Foreign Ministry: Collaboration or Cooptation?“ *Journal of Church and State* 25 (4): 712-727. Dostupné z: <<https://academic.oup.com/jcs/article-abstract/52/4/712/870902?redirectedFrom=fulltext>> (12. 4. 2018).

Peil, Mary Cleopha. 1942. *Some Aspects of British Propaganda during The World War, 1914-1918*. Milwaukee: Marquette University.

Peterková, Jana. 2006. „Veřejná diplomacie – jen módní pojem nebo skutečná změna?“ *Mezinárodní vztahy* (3): 83-99.

Popescu, Nicu. 2006. „Russia's Soft Power Ambitions.“ *Policy brief 115* (online; pdf). Dostupné z <<http://aei.pitt.edu/11715/1/1388.pdf>> (29. 3. 2018).

Putin, Vladimir. 1999. *Russia at the Turn of the Millennium* (online). Dostupné z: <<https://www.uio.no/.../russia-at-the-turn-of-the-millennium.doc>> (28. 3. 2018).

Richter, Monika L. 2017. „The Kremlin's Platform for „Useful Idiots“ in the West: An Overview of RT's Editorial Strategy and Evidence of Impact.“ *Evropské hodnoty*, 18. 9. 2017 (online; pdf). Dostupné z: <<http://www.europeanvalues.net/wp-content/uploads/2017/09/Overview-of-RTs-Editorial-Strategy-and-Evidence-of-Impact.pdf>> (11. 4. 2018).

„Rusko spouští odvetu za vyhoštění svých diplomatů. Uzavře americký konzulát v Petrohradě“ *Česká televize*, 29. 3. 2018 (online). Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/2435281-rusko-reaguje-na-vyhosteni-svych-diplomatu-uzavre-americky-konzulat-v-petrohrade>> (21. 4. 2018).

„Russia's Putin signs foreign agents media law.“ *Reuters*, 25. 11. 2017 (online). Dostupné z <<https://www.reuters.com/article/us-russia-usa-media-restrictions/russias-putin-signs-foreign-agents-media-law-idUSKBN1DP0I2>> (2. 4. 2018).

Seddon, Max. 2017. „Lunch with the FT: Kremlin media star Margarita Simonyan.“ *The Financial Times*, 17. 5. 2017 (online). Dostupné z: <<https://medium.com/financial-times/lunch-with-the-ft-kremlin-media-star-margarita-simonyan-4a38923c6c33>> (25. 5. 2018).

Sergunin Aleksandr, Leonid Karabeshkin. 2015. „Understanding Russia's Soft Power Strategy.“ *Politics* 35 (3-4): 347-363. Dostupné z: <https://www.researchgate.net/publication/282940973_Understanding_Russia%27s_Soft_Power_Strategy?enrichId=rgreq-5ee1cb77053aefc9611dd0431a8f4e4-XXX&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzI4Mjk0MDk3MztBUzo1NTU5NzQxMjI1Nzc5MjBAMTUwOTU2NTk2ODE2OA%3D%3D&el=1_x_2&_esc=publicationCoverPdf> (14. 4. 2018).

„Seven things you should know about pro-Kremlin dsinformation.“ *Stopfake.org*, 6. 11. 2017 (online). Dostupné z: <<https://www.stopfake.org/en/seven-things-you-should-know-about-pro-kremlin-disinformation/>> (6. 4. 2018).

Shively, W. Phillips. 1997. *Power nad Choice. An Introduction to Political Science*. Boston, New York: McGraw-Hill College

Shuster, Simon. 2015. „Inside Putin’s on-air machine“ *Time*, 5. 3. 2015 (online). Dostupné z: <<http://time.com/rt-putin/>> (10. 4. 2018).

Siegelbaum, Lewis. 2012. „Sputnik Goes to Brussels: The Exhibition of a Soviet Technological Wonder.“ *Journal of Contemporary History* (47) 1. Dostupné z: <<http://journals.sagepub.com.proxy.k.utb.cz/doi/full/10.1177/0022009411422372>> (9. 4. 2018).

Simons, Greg. 2018. „The Role of Russian NGOs in New Public Diplomacy.“ *Journal of Political Marketing* 17 (2): 137-160. Dostupné z: < <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1195608/FULLTEXT01.pdf>> (25. 4. 2018).

Slobodchikoff, Michael O., G. Douglas Davis. 2017. „Roots of Russian Soft Power: Rethinking Russian National Identity.“ *Comparative politics Russia* 8 (2): 19-36.

Smout, Alistair, Guy Faulconbridge. 2018. „Poisoned Russian agent Sergei Skripal recovering rapidly, hospital says“ *Reuters*, 6. 4. 2018 (online). Dostupné z: <<https://www.reuters.com/article/us-britain-russia-skripal-hospital/poisoned-russian-agent-sergei-skripal-recovering-rapidly-hospital-says-idUSKCN1HD1PJ>> (20. 4. 2018).

Stout, J. Michael. 2011. *The effectiveness of Nazi propaganda during World War II*. Michigan: Eastern Michigan University.

Tharoor, Ishaan. 2016. „These global sporting events totally dwarf the Super Bowl“ *The Washington Post*, 5. 2. 2016 (online). Dostupné z: <https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2016/02/05/these-global-sporting-events-totally-dwarf-the-super-bowl/?utm_term=.8b3a8a2604fc> (4. 3. 2018).

The Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation. 2000. *National Security Concept of the Russian Federation Approved by Presidential Decree No. 24 of 10 January 2000* (online). Dostupné z: <http://www.mid.ru/en/foreign_policy/official_documents/-/asset_publisher/CptICk6BZ29/content/id/589768> (7. 4. 2018).

The Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation. 2013. *Concept of the Foreign Policy of the Russian Federation Approved by President of the Russian Federation V. Putin on 12 February 2013* (online). Dostupné z:

<http://www.mid.ru/en/foreign_policy/official_documents/-/asset_publisher/CptICk6BZ29/content/id/122186> (6. 4. 2018).

The Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation. 2014. *About Russian humanitarian aid to foreign countries*, 23. 10. 2014 (online). Dostupné z: <http://www.mid.ru/en/maps/sg/-/asset_publisher/5SAHbSOAdwNc/content/id/934085> (21. 4. 2018).

The Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation. 2016. *Foreign Policy Concept of the Russian Federation Approved by President of the Russian Federation Vladimir Putin on 30 November 2016* (online). Dostupné z:

<http://www.mid.ru/en/foreign_policy/official_documents/-/asset_publisher/CptICk6BZ29/content/id/2542248> (5. 4. 2018).

„The Soft Power 30 A Global Ranking of Soft Power 2015“ *The Soft Power 30* (online; pdf). Dostupné z: <https://portland-communications.com/pdf/The-Soft-Power_30.pdf> (25. 3. 2018).

„The Soft Power 30 A Global Ranking of Soft Power 2017“ *The Soft Power 30* (online; pdf). Dostupné z: <<https://softpower30.com/wp-content/uploads/2017/07/The-Soft-Power-30-Report-2017-Web-1.pdf>> (25. 3. 2018).

Troitski, Mikhail. 2011. „Russian Soft Power in the European Union.“ Presented at Russian Soft Power Perspectives and Prospects Conference, *Center for Polish-Russian Dialog and Understanding*, Varšava. Dostupné z <<http://mikhailtroitski.livejournal.com/2099.html>> (3. 4. 2018).

Tuch, Hans. 1990. *Communicating With te World: US Public Diplomacy Overseas*. New York: St Martin´s Press.

Umland, Andreas. 2012. „Varieties of Russian Exeptionalism in Putin´s Russia.“ *Russian Politics and Law* 50 (6): 3-6. Dostupné z: <https://www.researchgate.net/publication/255711571_Varieties_of_Russian_Exceptionalism_in_Putin's_Russia> (29. 3. 2018).

United Nations Office for the Coordination of Humanitarian Affairs. 2016. *Annual Report 2016* (online; pdf). Dostupné z: <<https://www.unocha.org/sites/unocha/files/2016ochaannualreport.pdf>> (20. 4. 2018).

Van Herpen, Marcel H. 2016. *Putin's Propaganda Machine: Soft Power and Russian Foreign Policy*. New York: ROWMAN and LITTLEFIELD.

„Video: Macron slams RT, Sputnik news as „lying propaganda“ at Putin press conference.“ *France 24*, 30. 5. 2017 (online). Dostupné z: <<http://www.france24.com/en/20170530-macron-rt-sputnik-lying-propaganda-putin-versailles-russia-france-election>> (3. 4. 2018).

Viotti, Paul R., Mark V. Kauppi. 2013. *International Relations and World Politics*. New York: Pearson.

Vuving, Alexander L. 2009. *How Soft Power Works*. Toronto: American Political Science Association (online; pdf). Dostupné z <<http://apcss.org/Publications/Vuving%20How%20soft%20power%20works%20APSA%2009.pdf>> (1. 4. 2018).

Welch David. 2001. *Hitler: Profile of a Dictator*. London: Routledge.

Welch, David. 2003. „Gray Propaganda.“ Pp. 151-153 in Nicholas J. Cull, David Cullbert, David Welch (eds.). *Mass Persuasion. A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*. Oxford: AB-CLIO.

Welch, David. 2003. „Propaganda, Definitions of.“ Pp. 317-323 in Nicholas J. Cull, David Cullbert, David Welch (eds.). *Mass Persuasion. A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*. Oxford: AB-CLIO.

Welch, David. 2003. „White Propaganda.“ Pp. 425-426 in Nicholas J. Cull, David Cullbert, David Welch (eds.). *Mass Persuasion. A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*. Oxford: AB-CLIO.

Welch, David. 2003. „World War II (Germany).“ Pp. 441-444 in Nicholas J. Cull, David Cullbert, David Welch (eds.). *Mass Persuasion. A Historical Encyclopedia, 1500 to the Present*. Oxford: AB-CLIO.

Welch David. 2007. *The Third Reich Politics and Propaganda*. New York: Taylor and Francis Group.

Wilson, Andrew. 2005. *Ukraine's Orange Revolution*. New Haven: Yale University Press.

Wilson, Andrew. 2015. „Andrew Wilson: Four Types of Russian Propaganda.“ *Stopfake.org*, 13. 12. 2015 (online). Dostupné z: <<https://www.stopfake.org/en/andrew-wilson-four-types-of-russian-propaganda/>> (6. 4. 2018).

Wilson, Jeanne L. 2015. „Russia and China Respond to Soft Power: Interpretation and Readaptation of Western Construct.“ *Politics* 35 (3-4): 287-300. Dostupné z: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1467-9256.12095>> (27. 3. 2018).

Wilson, James. 2007. *Propaganda Postcards of the Luftwaffe*. Barnsley: Pen and Sword Books.

Winnerstig, Mike. 2014. „Tools of Destabilization. Russian Soft Power and Non-military Influence in the Baltic States“ *FOI*, prosinec 2014 (online; pdf). Dostupné z: <<https://www.stratcomcoe.org/mike-winnerstig-ed-tools-destabilization-russian-soft-power-and-non-military-influence-baltic-states>> (15. 4. 2018).

Wu, Irene S. 2016. *Measuring Soft Power with Conventional and Unconventional Data* (online; pdf). Dostupné z: <http://sites.nationalacademies.org/cs/groups/dbassesite/documents/webpage/dbasse_179613.pdf> (10. 4. 2018).

Yablokov, Ilya. 2015. „Conspiracy Theories as a Russian Public Diplomacy Tool: The Case of Russia Today (RT).“ *Politics* 35 (3-4): 301-315. Dostupné z: <http://www.ucg.ac.me/skladiste/blog_10134/objava_20166/fajlovi/Russia%20Today.pdf> (6. 4. 2018).

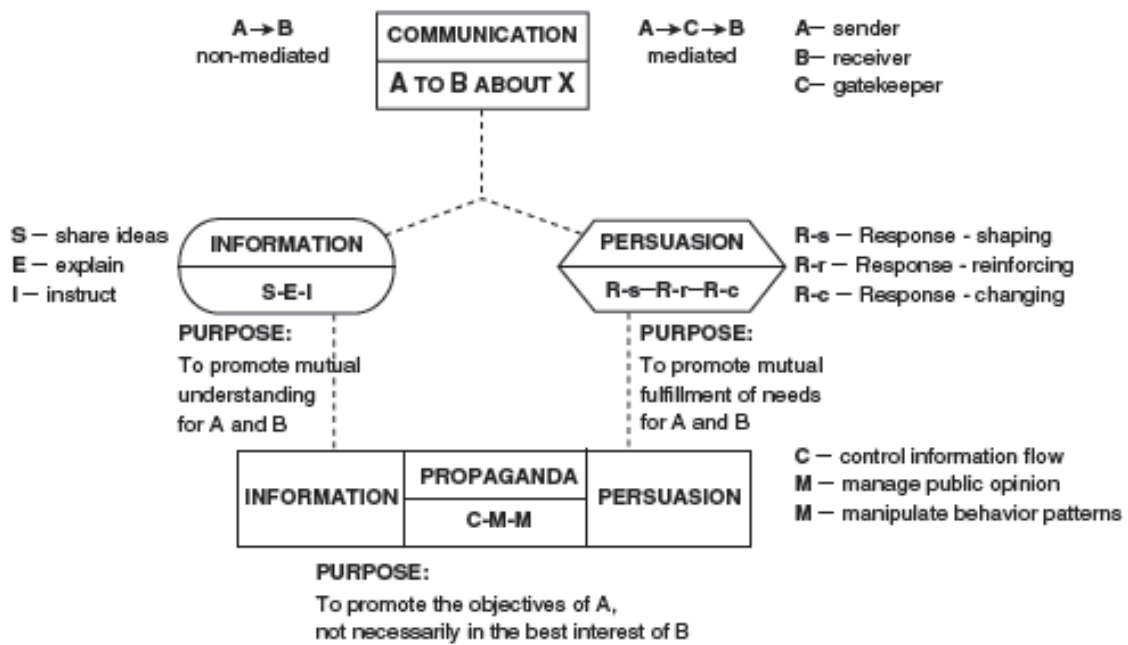
Zavadski, Katie. 2015. „Putin’s Propaganda TV Lies About Its Popularity.“ *The Daily Beast*, 17. 9. 2015 (online). Dostupné z: <<https://www.thedailybeast.com/putins-propaganda-tv-lies-about-its-popularity>> (23. 4. 2018).

Zotina, Nina. 2015. „RT’s 2016 budget annouced, down from 2015, MSM too stumped to spin?“ *RT*, 10. 10. 2015 (online). Dostupné z: <<https://www.rt.com/op-ed/318181-rt-budget-down-msm/>> (3. 4. 2018).

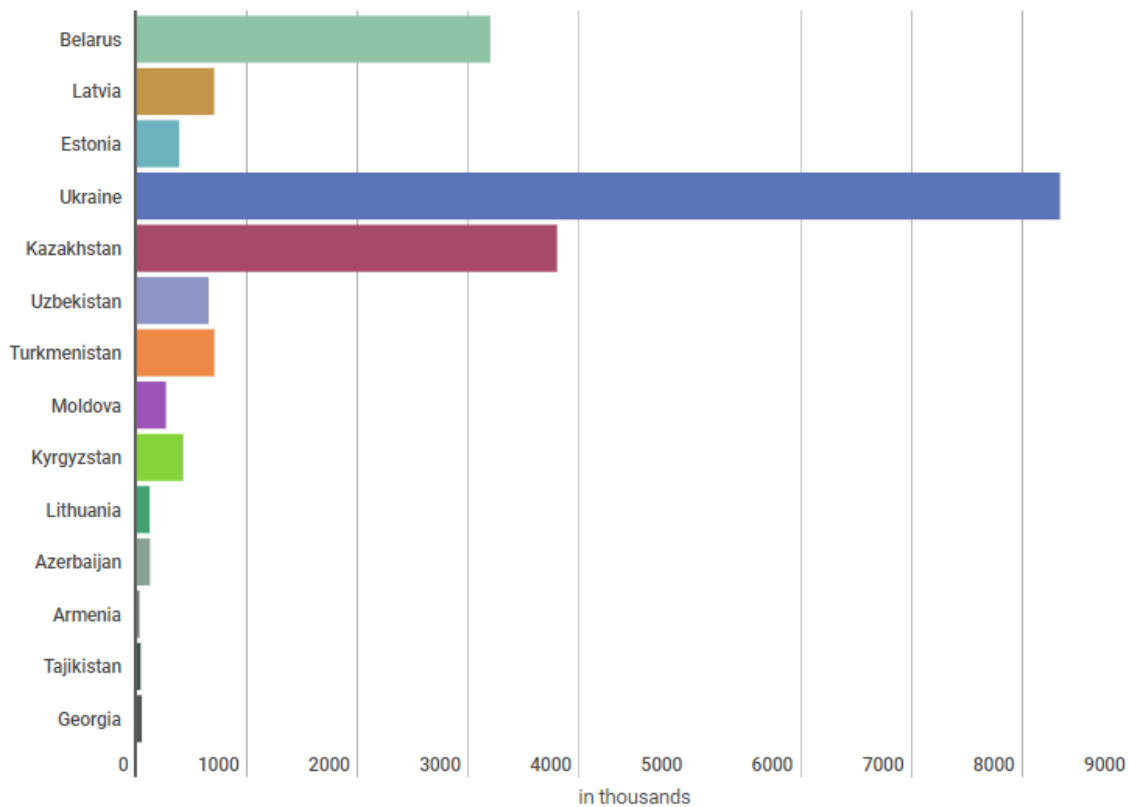
Zubacheva, Ksenia. 2017. „Why Russian is still spoken in the former Soviet republics.“ *Russia Beyond*, 16. 5. 2017 (online). Dostupné z: <https://www.rbth.com/international/2017/05/16/why-russian-is-still-spoken-in-the-former-soviet-republics_763684> (26. 4. 2018).

Přílohy: grafy a tabulky

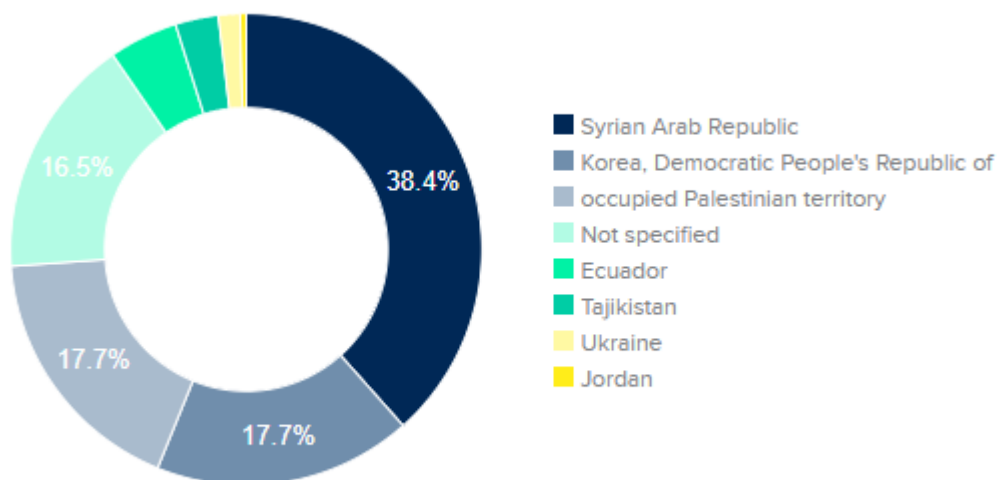
Graf č. 1: Model účelu propagandy



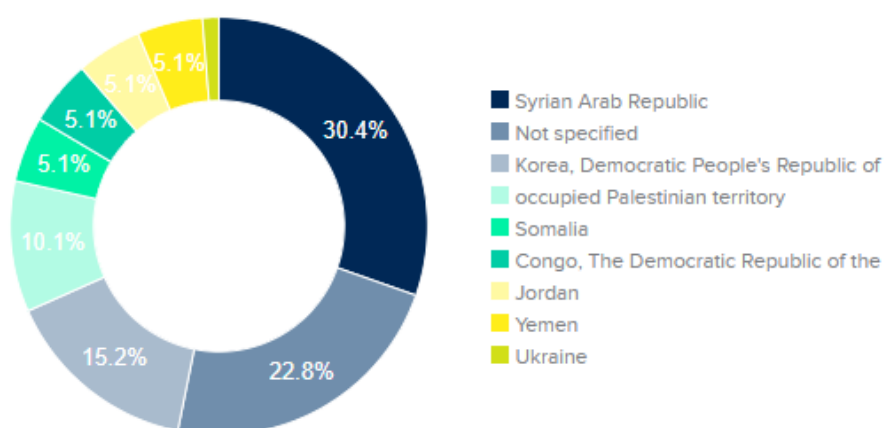
Graf č. 2: Počet rusky mluvících lidí v postsovětských státech



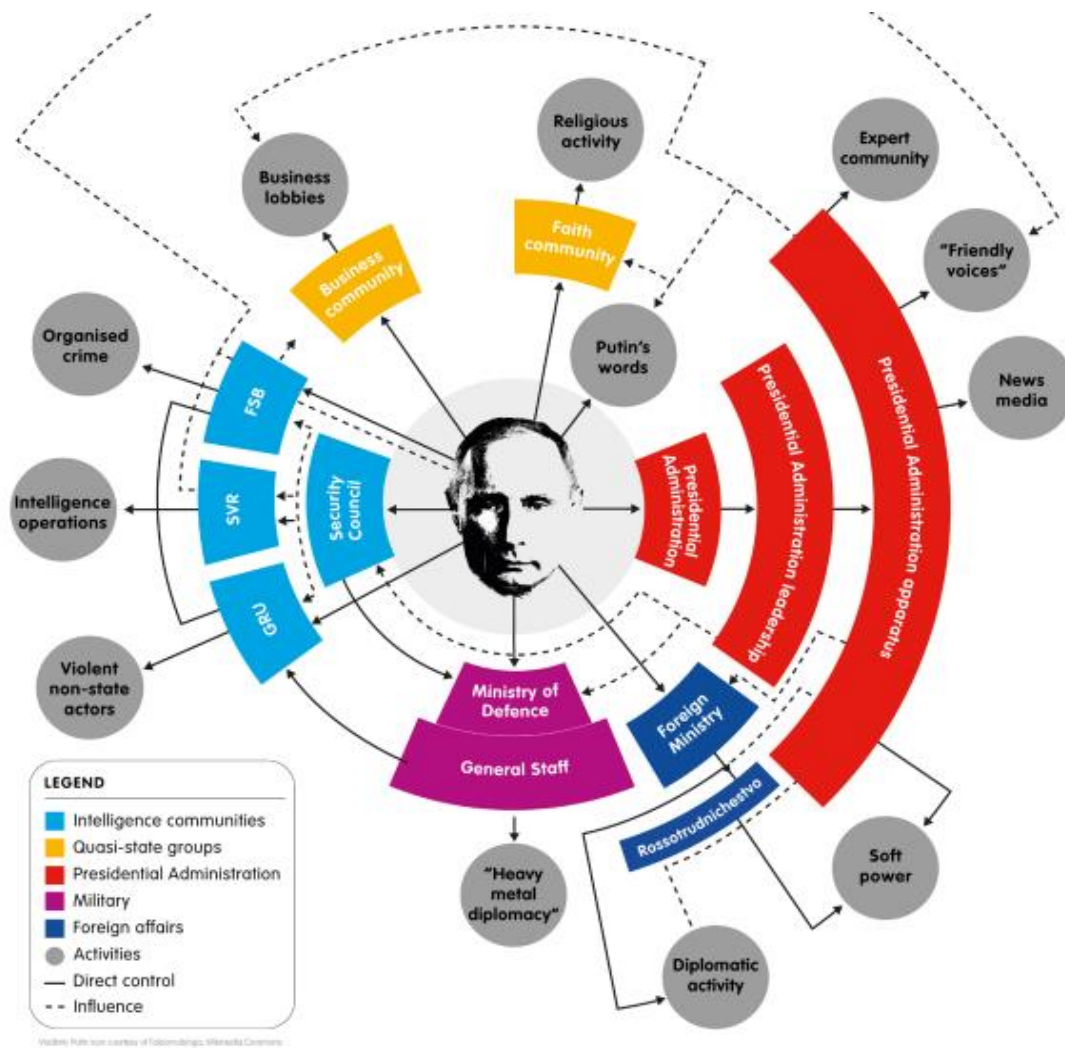
Graf č. 3: Příjemci ruské humanitární pomoci v roce 2016



Graf č. 4: Příjemci ruské humanitární pomoci v roce 2017



Graf č. 5: Aktivita ruského prezidenta V. Putina



Tabulka č. 1: tvrdá moc X měkká moc

	Hard power	Soft power
Spektrum chování	<p style="text-align: center;">Nátlak Stimul</p> <p style="text-align: center;">Rozkaz ← ● ——— ● →</p>	<p style="text-align: center;">Stanovení agendy Přitažlivost</p> <p style="text-align: center;">● ——— ● →</p> <p style="text-align: right;">Kooptace</p>
Pravděpodobné zdroje	<p style="text-align: center;">Síla Úplata</p> <p style="text-align: center;">Sankce Podlácení</p>	<p style="text-align: center;">Instituce Hodnoty</p> <p style="text-align: center;">Kultura</p> <p style="text-align: center;">Politiky</p>

Tabulka č. 2: Zranitelnost zemí vůči ruským aktivitám

		Level of Affinity or Vulnerability		
		High	Medium	Low
Institutional strength	High	None	DISRUPT Examples: France, Germany, Netherlands, Sweden	EXPLOIT Examples: United Kingdom
	Medium	SOCIAL CAPTURE Examples: Slovakia	INFLUENCE Examples: Czech Republic, Italy, Latvia, Lithuania	DEMONISE Examples: Estonia, Poland
	Low	STATE CAPTURE Examples: Bulgaria, Greece	TARGET STATE Examples: Hungary, Montenegro, Romania	None

Abstrakt

Zahraníční politika Ruské federace: využití měkké moci a propagandy

Bakalářská práce se zabývá tématem ruského pojetí konceptu měkké moci v rámci zahraniční politiky a zkoumá, zda je propaganda jedním z jejích nástrojů. Teoretickým východiskem jsou definice propagandy různých autorů a koncept měkké moci amerického politologa Josepha S. Nye. Práce analyzuje charakteristické rysy ruského pojetí konceptu měkké moci a její primární zdroje, ze kterých vychází. Předmětem analýzy jsou také metody a nástroje, které využívá ruská vláda k uplatnění měkké moci v ostatních zemích. Práce se rovněž zaměřuje na jeden z nejdůležitějších nástrojů ruské vlády k ovlivňování veřejnosti, a to na zpravodajskou televizní stanici RT, která působí v zahraniční a denně ji sledují milióny lidí.

Klíčová slova: Ruská federace, měkká moc, propaganda, zahraniční politika, Kreml, RT, ruská propaganda

Abstract

The Foreign Policy of the Russian Federation: The use of Soft Power and Propaganda

The bachelor thesis deals with the topic of Russian interpretation of the soft power concept as an integral part of foreign policy. The thesis also examines if propaganda is used as an instrument of soft power. The theoretical framework is based on definitions of propaganda and on the soft power concept defined by American political scientist Joseph S. Nye. This thesis analyses the characteristics of the Russian interpretation of the soft power and its primary resources. The methods and instruments used by the Russian government to apply its soft power are also the objects of this analysis. The thesis also focuses on one of the most important instruments used by the Russian government to influence the public abroad which is called RT (formerly Russia Today). It is a news station, which is active abroad and it is viewed by millions of viewers daily.

Key words: Russian Federation, Soft Power, Propaganda, Foreign Policy, Kremlin, RT, Russian Propaganda