



FACULTY
OF ARTS
Masaryk University

Metodika XII.

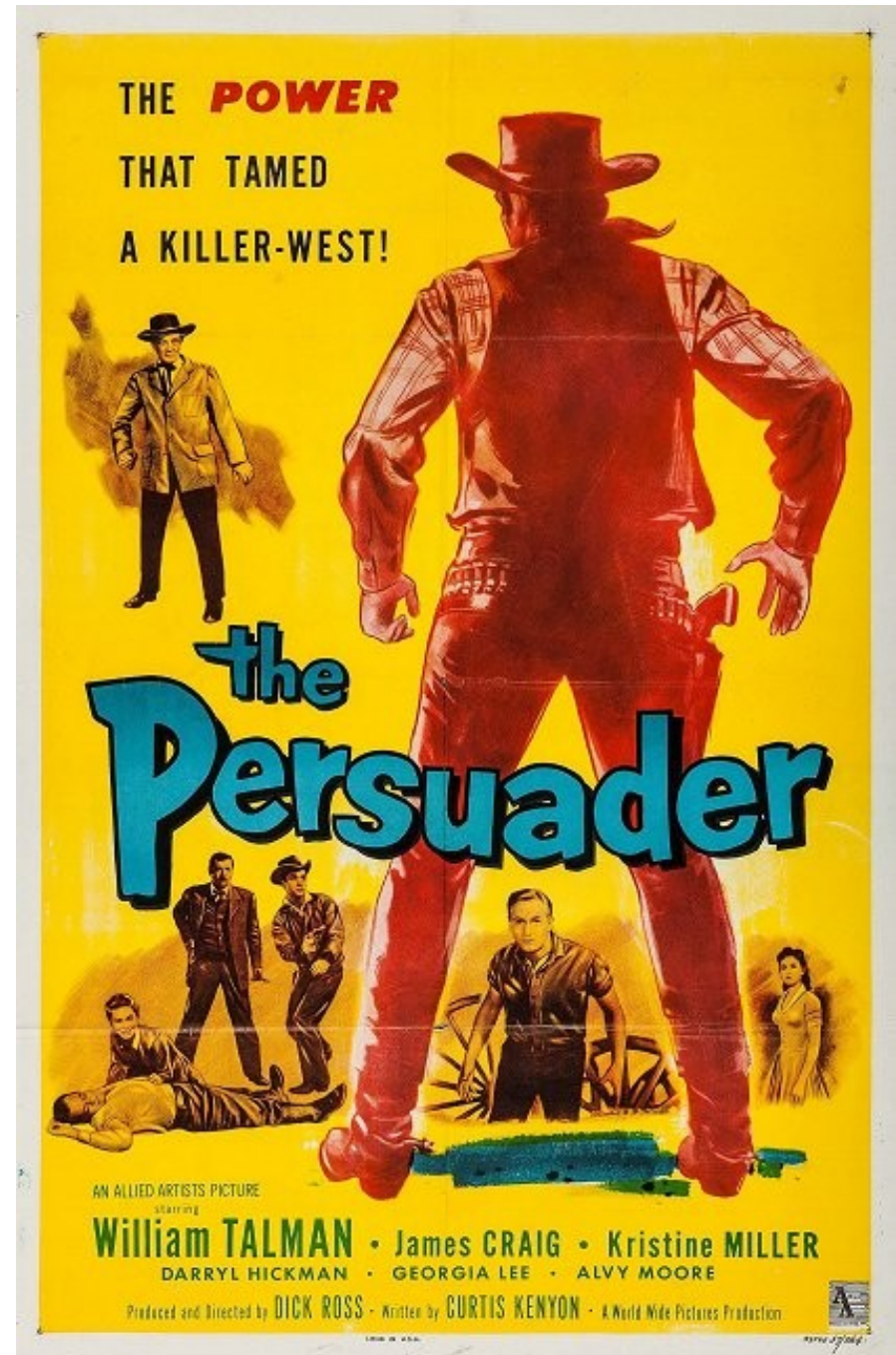
Středověká propaganda

V. Jak funguje středověká propaganda?

I. Možné Typologie



„The Persuader“
- Přesvědšitel
(Western, USA 1957),





Úkoly 7.11.

1. **Medie Propagandy: Přečtěte si úvod do knížky od Olivera Thomsona („*Mass persuasion in History*“, S. 3-30)**

- Jak vypadá typologie propagandy?
- Jaké persuasivní (lingvistické) strategie využívá propaganda?

2. **Porovnání pramenů: Vita Caroli Magni (Einhard), Vita Caroli Quarti (Karel IV.)**

- Kritika pramenů?
- Jakou představu o sobě, o panovnictví nám zprostředkovávají prameny?
- Jde o propagandu nebo o reprezentaci?



Úkoly 7.11.

1. **Medie Propagandy: Přečtěte si úvod do knížky od Olivera Thomsona („*Mass persuasion in History*“, S. 3-30)**

- Jak vypadá typologie propagandy?
- Jaké persuasivní (lingvistické) strategie využívá propaganda?

2. **Porovnání pramenů: Vita Caroli Magni (Einhard), Vita Caroli Quarti (Karel IV.)**

- Kritika pramenů?
- Jakou představu o sobě, o panovnictví nám zprostředkovávají prameny?
- Jde o propagandu nebo o reprezentaci?



Typologie propagandy

Cíle propagandy:

je užitečné rozdělit propagandu do sedmi hlavních kategorií podle cílů, ke kterým je používána:

1. politická: všechny druhy propagandy zaměřené na získání nebo udržení politické moci

2. ekonomická: všechny formy propagandy, jejichž cílem je přesvědčit lidi, aby kupovali, prodávali nebo šetřili zboží, suroviny, paliva, půdu, peníze, akcie. (Zahrnuje vytváření nebo udržování důvěry, ekonomický ekvivalent politického image, který je magickým placebem kapitalistických ekonomik)

3. válečná/vojenská: zaměřená na demoralizaci nepřátel ve válce, povzbuzení morálky u vlastních lidí nebo vojáků a získání spojenců.

4. diplomatická: forma propagandy s omezeným dosahem, která se obvykle používá k vyvolání přátelství nebo nepřátelství u potenciálního spojence nebo potenciální oběti

Oliver Thompson
Historik – PR-specialista

Mass Persuasion in History (1977)
Easily Led-A History of Propaganda (1999)
Gods at War (2019)



5. didaktická: je součástí sociální kybernetiky, výchovy obyvatelstva ke společnému životu bez třenic, boje proti nemocem, špíně, přelidnění, asociálním nebo nezdravým návykům

6. ideologická: jeden z nejzajímavějších a nejnebezpečnějších způsobů propagandy, který se týká šíření ucelených ideových systémů, a náboženského proselytismu (=cílené získávání nových věřících pro specifickou náboženskou společnost)

7. eskapistická: forma politické propagandy, ale má zvláštní atributy. V zásadě spočívá v distinktivním využívání médií jako zábavy s cílem dosáhnout společenského souhlasu (tj. všechny formy podívané, vedlejší show, organizovaný voyeurismus, katarzní masová úleva).





Typologie propagandy

Oliver Thompson
Historik – PR-specialista

Mass Persuasion in History (1977)
Easily Led-A History of Propaganda (1999)
Gods at War (2019)



Media:

Definování termínu a rozdělení médií na čtyři hlavní typy.:

1. přímá média: zahrnují všechny situace, kdy jsou zprávy přenášeny přímo k posluchačům ve slyšitelné nebo viditelné vzdálenosti od místa jejich vzniku. V této skupině jsou dvě hlavní sekce: ústní (balady, ságy, povídky, divadlo) a grafická (sochy hrdinů, bohů, totemy, politická a nábožná architektura)

2. pyramidální média: prostředky/systém pro šíření ústního nebo rukopisného poselství a potřeba společnosti vyvažovat šíření vojenských nebo náboženských názorů, orálních nebo rukopisných zpráv (římské vojsko, papežství)

- Je založen na udržování velmi přísné disciplíny v jejich expanzivních obdobích
- Jsou jednosměrná!

3. tiskoviny: znamenalo rozmnožování a šíření psané i ilustrované propagandy ve velkém měřítku. Vznikla masová produkce příležitostných knih a manifestů (třeba za doby reformace), které dosáhly toho, co bychom dnes nazvali masovým oběhem.

4. Chobotnicovitá média: média dvacátého století; média, v nichž lze mluvené slovo nebo obraz reprodukovat a zesílit elektronicky, čímž se velmi rychle a s velkou fyzickou autenticitou dostanou k masovému publiku: tj. rozhlas, televize, film.



PROPAGANDA - PŘEDSTAVENÍ FENOMÉNU

PUBLIKOVÁNO: 16.5.2013, AKTUALIZOVÁNO: 21.5.2013 22:02

Rubrika(y): Propaganda, Napříč stoletím

Autor: Mgr. Karolína Honsová

Pojem propaganda je často a v různých souvislostech zmiňován, aniž by používání tohoto termínu bylo podloženo skutečnými znalostmi o něm. V této shrnující studii autorka nabízí čtenářům základní představení fenoménu propagandy.



<https://www.moderni-dejiny.cz/clanek/propaganda-predstaveni-fenomenu/>

Obsah:

1. Definice a vymezení pojmu propaganda
2. Typologie propagandy
 - politická
 - ekonomická
 - válečná
 - diplomatická
 - didaktická
 - ideologická
 - úniková
 - racionální či kvazi-racionální
 - emocionální
3. Lingvistické techniky, motivy a témata propagandy
4. Cenzura

Literatura k tématu:

Taylor, Philip M. [2003]. Munitons of the mind: a history of propaganda from the ancient world to the present era.

Manchester: Manchester University Press.

Thomson, Oliver. [1977]. Mass persuasion in history: An historical analysis of the development of propaganda techniques.

Edinburgh: P. Harris.

Pratkanis, Anthony R.; Aronson, Elliot. [2002]. Age of propaganda: the everyday use and abuse of persuasion. New

York: W. H. Freeman / Owl book.

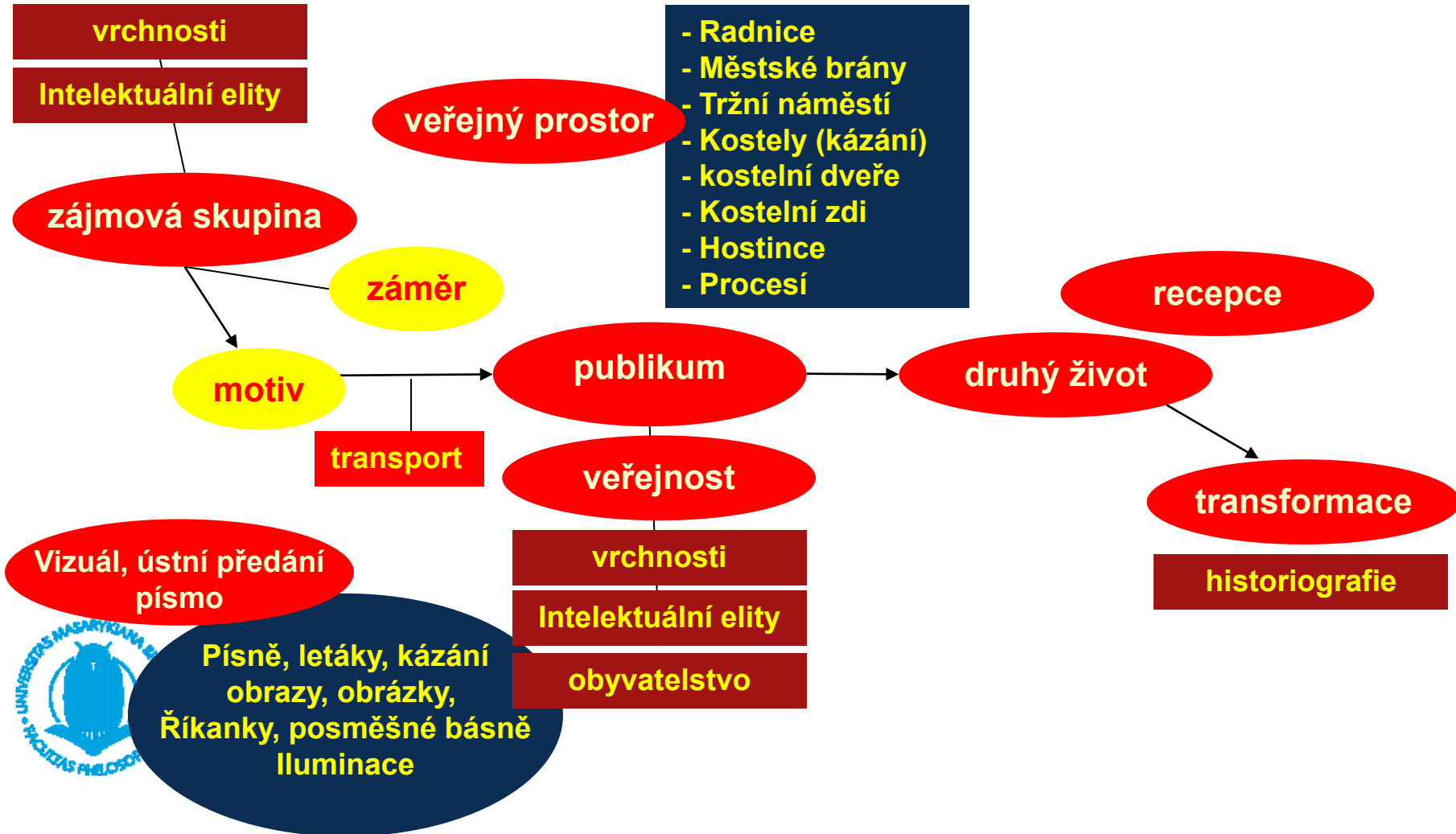




Schema I: Komunikační proces v předmoderní propagandě

Vždy je důležité, odhalit záměr difamace
On totiž rozhoduje o tom, jestli se jedná o propagandu či ne

- Radnice
- Městské brány
- Tržní náměstí
- Kostely (kázání)
- kostelní dveře
- Kostelní zdi
- Hostince
- Procesí



Schema II: Jak funguje předmoderní propaganda

genealogie
pojmu
propaganda

opakované
(rétorické) struktury
,(re)kodifikace'

persuasivní
úmysl

Perspektiva

Diskursy

Motivy

Narrativy

narrace (literární)

Stereotypy

Tropy

Techniky
propagandy

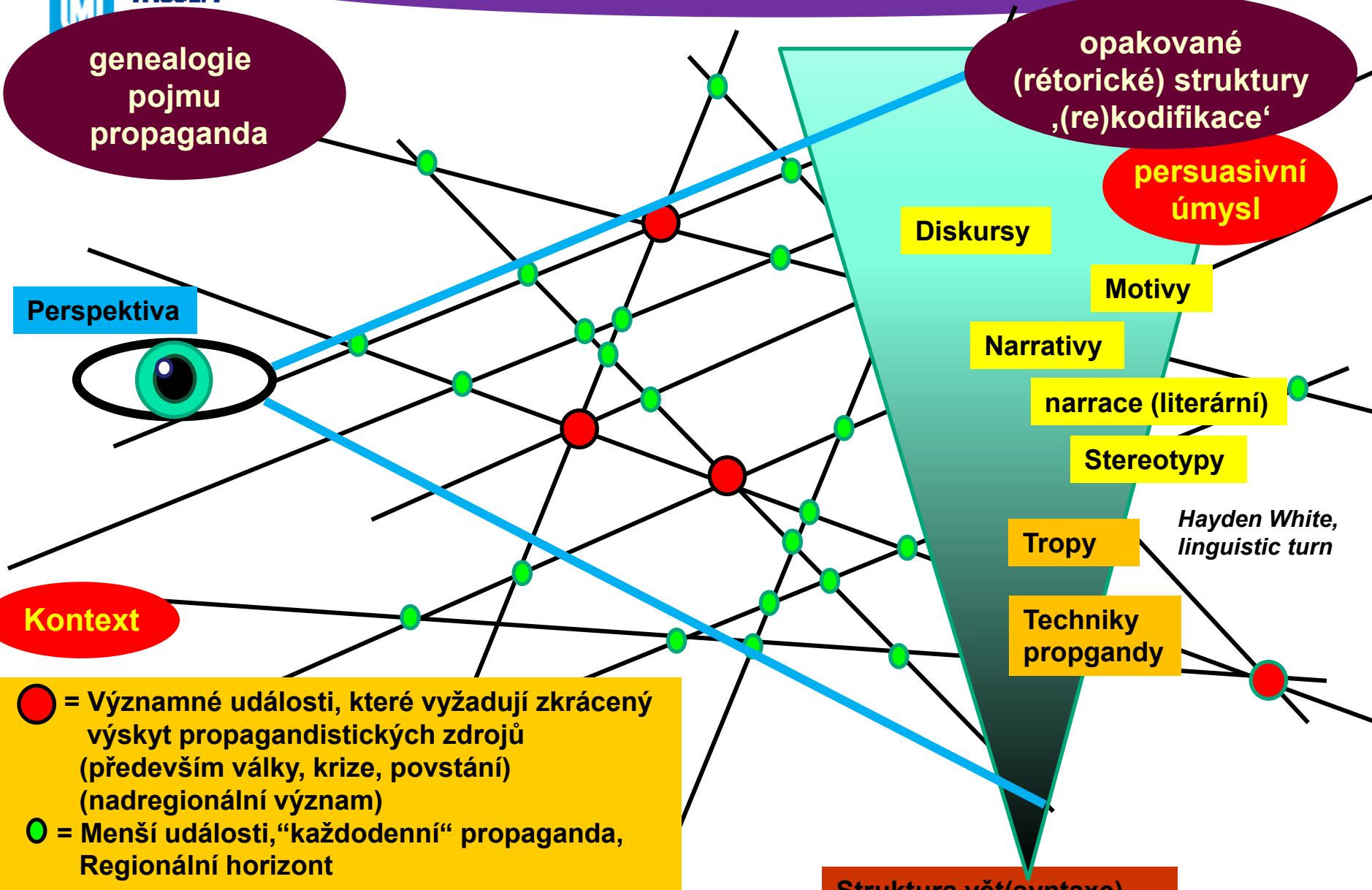
Hayden White,
linguistic turn

Kontext

● = Významné události, které vyžadují zkrácený výskyt propagandistických zdrojů (především války, krize, povstání) (nadregionální význam)

● = Menší události, "každodenní" propaganda, Regionální horizont

Struktura vět(syntaxe),
vizuální symbolika





Úkoly 7.11.

1. Medie Propagandy: Přečtěte si úvod do knížky od Olivera Thomsona („*Mass persuasion in History*“, S. 3-30)

- Jak vypadá typologie propagandy?
- Jaké persuasivní (lingvistické) strategie využívá propaganda?

2. Porovnání pramenů: Vita Caroli Magni (Einhard), Vita Caroli Quarti (Karel IV.)

- Kritika pramenů?
- Jakou představu o sobě, o panovnictví nám zprostředkovávají prameny?
- Jde o propagandu nebo o reprezentaci?

2x (sebe)reprezentace...



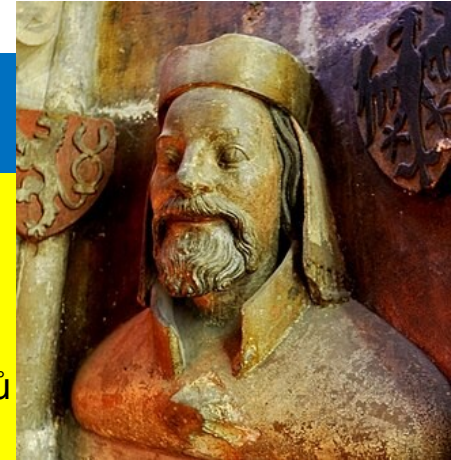
Einhard v Grandes Chroniques de France, Paříž, BnF, lat. 2813, fol. 85v A, 14. století (1375-1380)

Einhard (ca. 770-840)

- Jedna z nejvýznamnějších osobností karolinské renesance
- Nástupce svého učitele Alkuina v čele dvorní školy Karla Velikého
- Jeho nejdůležitějším a nejznámějším dílem je Vita Karoli Magni, životopis Karla Velikého.
- Byl též rádcem Ludvíka Pobožného a světským opatem několika klášterů v severní Francii

Karel IV. (1316-1378)

- Nejvýznamnější panovník z rodu Lucemburků
- jeden z nejvlivnějších evropských panovníků své doby
- Římsko-německým králem (od roku 1346)
- Českým králem (od roku 1347)
- Italským králem (od roku 1355)
- Burgundským králem (od roku 1365)
- Římsko-německým císařem (od roku 1355).



Vita Karoli Quarti (ca. 1356)

- první autoportrét středověkého (německého) panovníka, který zahrnuje období od jeho narození (1316) do zvolení králem (1346)
- prvních 14 kapitol je psáno přísně subjektivně; vypráví příběh kontinuálně až do roku 1340, posledních 6 kapitol zůstává objektivně distancovaných (byly psány někým jiným)
- Těžištěm vyprávění jsou epizody ze života Karla IV., kdy se osvědčil navzdory nepříznivému osudu

Vita Karoli Magni (vita Karoli imperatoris), ca. 932

Einhard vysvětluje své autorství třemi argumenty:

- 1.) s jeho očitým svědectvím (oculata fide)
- 2.) s významem slavného života Karla Velikého a jeho vynikajících činů, které se dají jen stěží napodobit
- 3.) s osobním závazkem vůči Karlovi, jeho přátelství k panovníkovi a jeho dětem, a vzdělání, které mu panovník umožnil



2x (sebe)reprezentace...

Einhard (ca. 770-840)

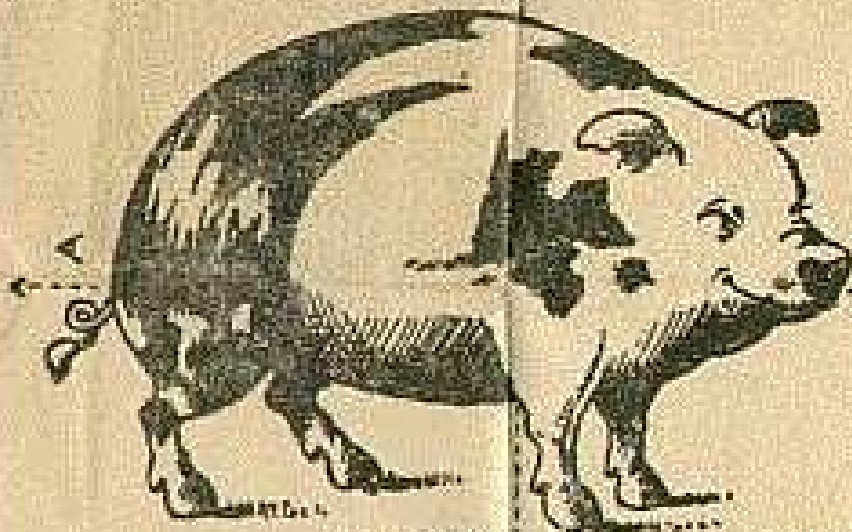
Kap. 22, Vzhled Karla Velikého:

Karel byl velký, silný a urostlý, i když ne nepřiměřeně vysoký (je známo, že jeho výška byla sedmkrát větší než délka jeho nohy); horní část hlavy měl kulatou, oči velmi velké a živé, nos trochu dlouhý, vlasy světlé a tvář rozesmátou a veselou. Jeho vzhled byl tedy vždy vznešený a důstojný, ať už stál, nebo seděl; měl sice silný a poněkud krátký krk a poněkud vystouplé břicho, ale symetrie zbytku těla tyto nedostatky zakrývala. Jeho chůze byla pevná, celé jeho držení těla mužné a jeho hlas jasný, ale ne tak silný, jak by se podle jeho velikosti dalo očekávat. Jeho zdraví bylo výborné, až na čtyři roky před smrtí, kdy trpěl častými horečkami; v poslední době dokonce trochu kulhal na jednu nohu. I v těchto letech se řídil spíše svými vlastními sklony než radami lékařů, kteří mu byli téměř protivní, protože chtěli, aby se vzdal pečeného masa, na které byl zvyklý, a místo něj jedl maso vařené. V souladu s národním zvykem se často cvičil na koni a v honitbě, což jsou výkony, v nichž se Frankům sotva může nějaký národ na světě rovnat.

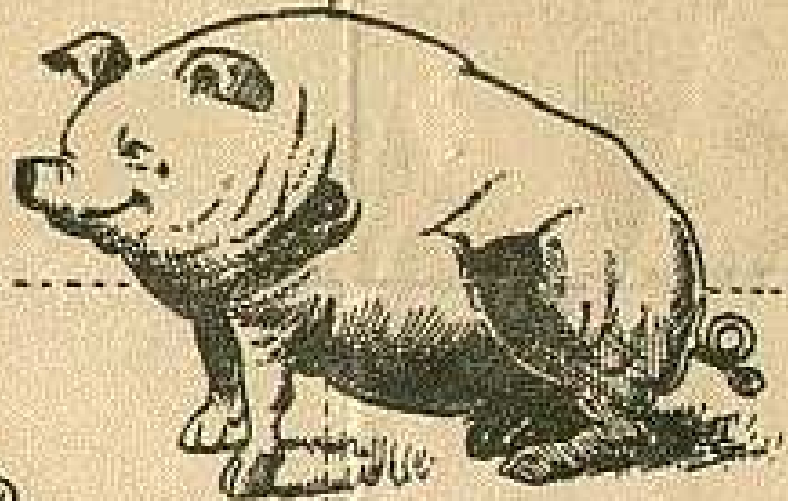


Einhard v Grandes
Chroniques de France,
Paříž, BnF, lat. 2813, fol.
85v A, 14. století (1375-
1380)





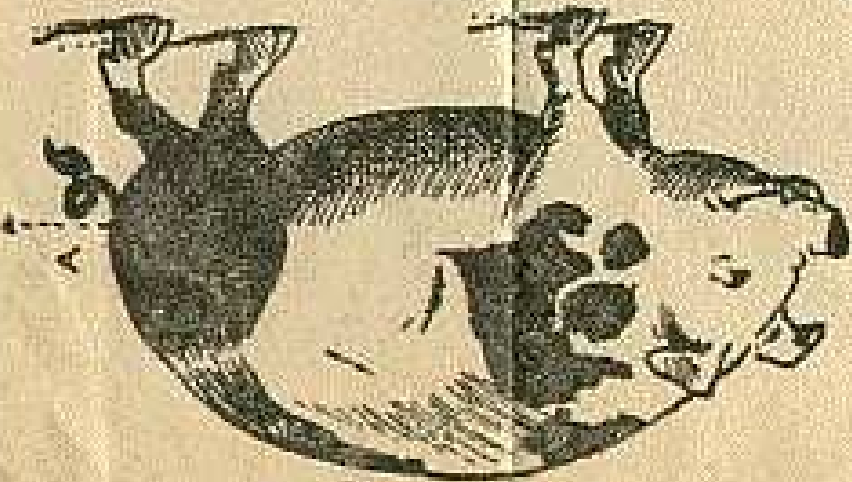
3TH
2ND



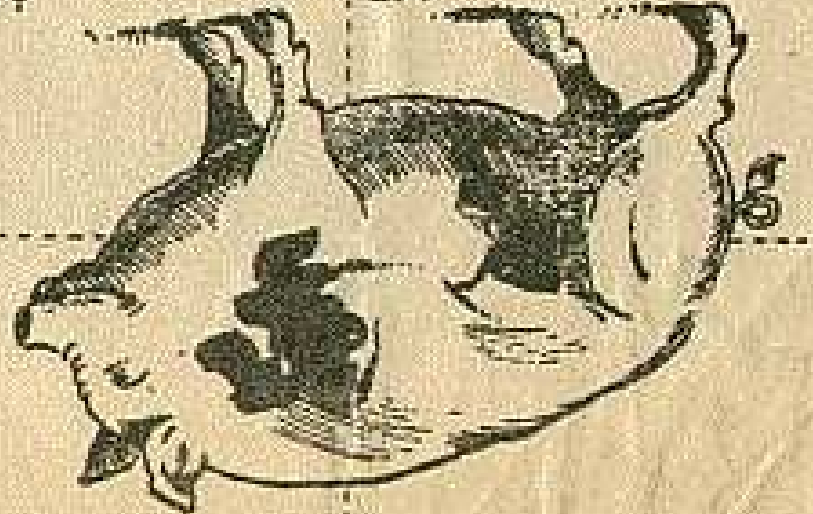
4TH
1ST

(W)

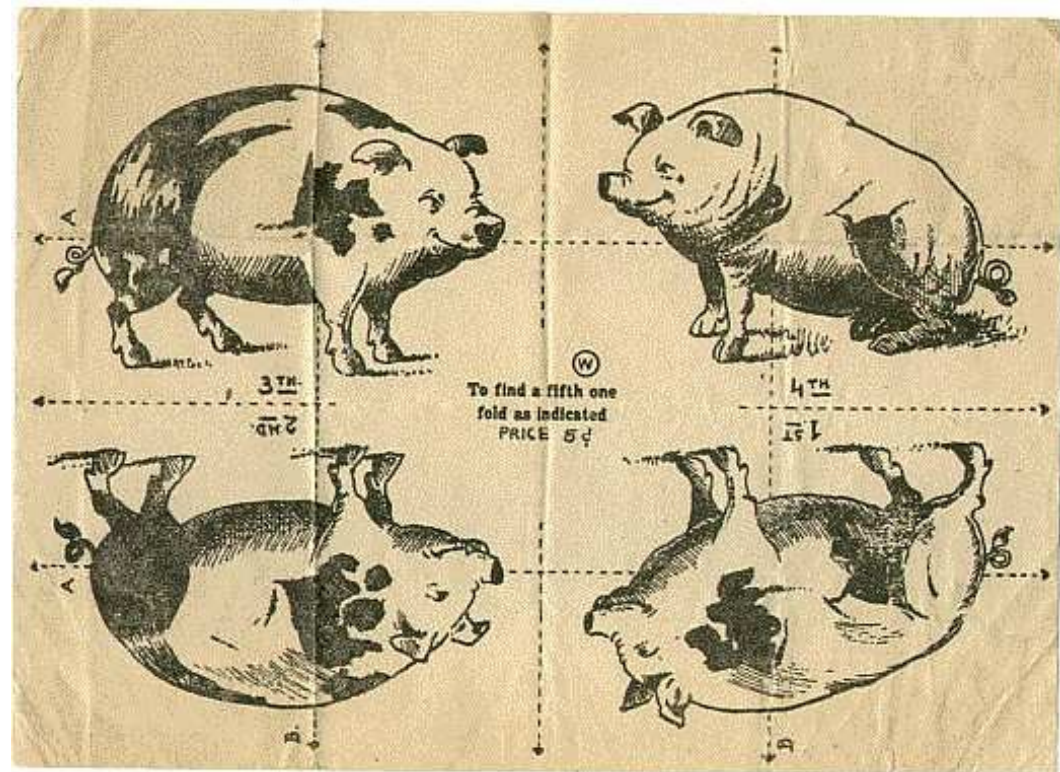
To find a fifth one
fold as indicated
PRICE 5¢



B



A



Úkoly 14.11.

Najdi páté prasátko!

1. **Medie Propagandy: Přečtěte si úvod do knížky od Olivera Thomsona („*Mass persuasion in History*“, S. 3-30); **persuasivní strategie!****
 - **S. 18 – 22: S jakými persuasivními strategiemi pracuje propaganda?**

2. **Vyberte si jednu strategií, najděte k ní vlastní příklad (pramen)**
 - Přineste ho sebou,
 - Představte ho v rámci semináře (3-5 Min.)

2a. Najděte páté prasátko :o)