

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta filozofická

Bakalářská práce

Internetová propaganda a cenzura v Číně
Kamil Beneš

Plzeň 2011

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Studijní program Politologie

Studijní obor Politologie

Bakalářská práce

Internetová propaganda a cenzura v Číně

Kamil Beneš

Vedoucí práce:

PhDr. Přemysl Rosůlek, Ph.D.

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2011

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval(a) samostatně a použil(a) jen
uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2011

.....

Velice rád bych na tomto místě poděkoval vedoucímu mé bakalářské práce PhDr. Přemyslu Rosůlkovi, Ph.D. za jeho ochotu, trpělivost, podnětné konzultace a cenné rady a celkově za jeho odbornou pomoc, která mi značně pomohla při psaní této práce.

Obsah

1	Úvod.....	1
2	Vymezení pojmů.....	3
2.1	Propaganda.....	3
2.1.1	Definice propagandy	3
2.1.2	Propaganda ve stručném historickém kontextu.....	5
2.1.3	Propaganda, rozlišení a charakteristika	6
2.1.4	Propaganda z pohledu politické psychologie	9
2.1.5	Manipulace	10
2.1.6	Cenzura	13
2.2	Politický režim.....	14
2.2.1	Politický režim a nedemokratický politický systém	15
2.3	Veřejná diplomacie	16
2.4	Nová média.....	17
2.4.1	Internet.....	18
3	Instituce figurující v systému čínské propagandy.....	19
3.1	Rozsah institucí	20
3.2	Celková struktura	21
3.3	Řídící skupiny (Leading Groups).....	23
3.4	Oddělení propagandy (The propaganda department)	24
3.4.1	Struktura CCPPD.....	24
3.5	Ministerstvo informačního průmyslu (Ministry of Information Industry)	25
3.6	Generální správa pro tisk a publikace (General Administration of Press and Publications).....	25
3.7	Agentura Nová Čína	26
4	Internet v Čínské lidově demokratické republice.....	28
4.1	Současný stav kontroly internetu	29
4.1.1	Nástroje kontroly a propagandy	33
4.1.2	Blogy a blogeři na čínském internetu.....	35
4.1.3	Internetoví komentátoři	36
4.1.4	Baidu	37
4.1.5	Hudong	39

4.1.6	Blokace Wikipedie v Číně.....	40
4.1.7	Google a Čína	40
4.2	Reflexe čínské cenzury dle organizací Amnesty international a Reportéři bez hranic	41
5	Závěr	44
6	Seznam použitých zkratk.....	46
7	Seznam použitých pramenů, literatury a internetových zdrojů	47
8	Resumé.....	52

1 Úvod

Čínská lidově demokratická republika již dlouhou řadu let zajímá mnoho vědců z různých oborů v oblasti humanitních věd. Nejinak tomu je i v případě politické propagandy a cenzury. S nadsázkou se dá říci, že právě propaganda a cenzura má v nejlidnatějším státu naší planety mnohaletou tradici. Cílem této práce ale není zkoumání masové mediální manipulace v historickém kontextu. Zajímavější je sledovat, do jaké podoby se propaganda dostala po vlně modernizace, která zde probíhala v posledních třiceti letech. Svou práci jsem od začátku chtěl zaměřit na vnitřní prvky propagandy a cenzury v Číně, a to zejména v internetovém prostředí. Zde Čína za posledních několik let prošla dynamickým vývojem až k největšímu internetovému trhu světa.

Stěžejní hypotézou této práce je tvrzení, že se internet jako nový mediální nástroj stal od počátku jedenadvacátého století šířitelem propagandy v Čínské lidově demokratické republice. Vzhledem ke skutečnosti, jak moc široký pojem propaganda je a jak velkou pozornost čínská vláda propagandě věnuje, rozhodl jsem se konkretizovat hypotézu pouze na oblast internetu, která se do budoucna může stát i klíčovou v demokratizaci země. Krom toho je fenomén internetu obecně považován za velice svobodné prostředí, což také směřovalo můj zájem k této problematice a k problematice omezování internetu v Číně. Od toho se také odvíjí i časové vymezení práce.

Jak už jsem zmínil v hypotéze, časové vymezení práce se pohybuje zejména od konce studené války až po, dá se říci, současnost. Co se týče propagandy a cenzury internetu, je s ohledem na to, že se jedná o skutečně nový fenomén, nutné vymezení mezi konec devadesátých let minulého století až po závěr roku 2010.

V úvodu teoretické části tohoto textu se budu věnovat vymezení pojmů. S velkou částí těchto pojmů se člověk v běžném životě setkává takřka každý den, avšak málokdo zná skutečný význam, podstatu a původ těchto slov. Při zkoumání masové mediální manipulace je přesná znalost pojmů pro následné co nejpřesnější použití v textu a výzkumu důležitá. Výběr těchto pojmenování jsem provedl na základě nutnosti jejich

dalšího použití v textu. Pokud zde nějaký významný pojem či pojmenování chybí, pak je to z toho důvodu, že není nutné jeho použití v této práci. Asi největší pozornost jsem v tomto ohledu věnoval samotnému pojmu propaganda, kde jsem připojil i vysvětlení souvisejících pojmů jako je manipulace či cenzura. Dalším termínům jsem věnoval prostoru méně, neboť jsem místo hlubších zkoumání definic dal přednost stručnějšímu vystižení. Tím se otevřel větší prostor pro objasnění většího počtu pojmů. Pro tuto část práce jsem čerpal jak z literatury domácí, tak i zahraniční. Z domácí ponejvíce z knih *Slovník mediální manipulace* od kolektivu autorů pod vedením Ireny Reifové a *Public relations a politika* od Josefa Ftoreka, ale i s prací českého specialisty na média Jana Jiráka. Ze zahraniční literatury byla pro tuto část práce nejdůležitější kniha *Propaganda and Mass Persuasion* od autorů Nicholase Culla, Davida Culberta a Davida Welche.

Empirickou část práce jsem rozdělil do dvou oddělených kapitol. I když není tato práce zcela zaměřena na zkoumání institucí zabývajících se propagandistickou prací v Číně, věnoval jsem tomuto tématu třetí kapitolu mé práce. Pochopením a studiem pravomocí těchto institucí bych rád položil základ dalšímu hlubšímu studiu, které se bude týkat propagandy a cenzury v internetu. Téma institucí zapojených do propagandistické mašinérie v Číně by jistě mohlo být samo o sobě tématem jiné, možná i obsáhlejší práce. Právě z toho důvodu jsem se snažil omezit popis a rozsah činností institucí, které se do procesu propagandy zapojují. Dále jsem pokud možno v co nejmenší míře zapojil i stručnou historii organizace a její strukturu. Pro tento účel jsem ponejvíce čerpal z práce Davida Shambaugh - *China's propaganda system: institutions, processes and efficacy*.

Čtvrtou kapitolu jsem už použil k ověřování hypotézy mé práce. K tomu jsem použil metodu analýzy dostupných a v naprosté většině anglicky psaných prací nebo článků. Relevantních a dostupných pramenů je vzhledem k aktuálnosti dané problematiky méně. I přes to jsem se však pokusil využít co největšího množství zdrojů zabývajících se tímto tématem. V této části práce pro mě byly nejdůležitější zdroje zejména vědecké časopisy (jako například *Harvard International Review* nebo *Chinascopie*). Situace na čínském internetu nezůstává bez povšimnutí ani u řady nevládních organizací zabývajících se lidskými právy a svobodou slova. Proto v této části nechybí ani reflexe poměrů v čínském internetovém prostředí z pohledu *Amnesty International* a organizace *Reportéři bez hranic*.

2 Vymezení pojmů

2.1 Propaganda

Slovo propaganda původně pochází z latinského slova *propagare*, což v původním významu znamenalo „víra, která má být rozšiřována“ (Čábelová, 2004: 192). Slovo v jeho současném užití a smyslu dal světu Vatikán v 17. století (Tylor, 2003: 11-12). Termín propaganda byl tehdy spojen s aktivitami katolické církve při potlačování vlivu reformace. Papež Řehoř XV., pověřil tímto úkolem instituci s názvem Sacra Congregatio de Propaganda Fide (Kongregace pro propagaci víry). Tento výbor měl za úkol šířit „pravou“ katolickou víru v nekatolických zemích (Ftorek, 2010: 45)

2.1.1 Definice propagandy

Definice propagandy se za celé 20. století objevilo takřka nepřeborné množství. Kupříkladu všeobsahující tvrzení Jacqua Driencourta „vše je propagandou“ (Toute est propagande) není zrovna pro účely výzkumu masové manipulace moc užitečným. Většina autorů zabývajících se touto problematikou se shoduje na tom, že propaganda se zabývá ovlivňováním mínění. Frederick Lumley a William Albig vidí základní prvek v tom, že propaganda je propagandou potud, pokud není odhalena. Jiní autoři naopak zdůrazňují kontroverzní prvek v propagandě. Harold Lasswell naproti tomu argumentoval, že zatímco šíření kontroverzních postojů je propaganda, šíření postojů a dovedností přijatelných je forma vzdělávání. Někteří autoři zase zdůrazňují emotivní složku propagandy nad intelektuální složkou. Další badatelé pak kladou důraz na význam mechanismů komunikace při přenosu poselství. Pod úhlem tohoto pohledu definuje Terence Qualter propagandu jako úmyslný pokus řídit nebo měnit stanoviska lidí pomocí nástrojů komunikace. Významný francouzský sociolog Jacques Ellul trvá na tom, že jediná úspěšná propaganda je pravdivá propaganda. Každá z těchto definic ale selhává, a to právě proto, že všechny vylučují činnosti, které by měly být definovány jako propagační (Welch, 2003a: 317-318).

Neméně důležitým faktorem při zkoumání propagandy a jejího definování je důvod, proč je propaganda užívána a jaký je její smysl. Doob považuje otázku smyslu propagandy za irelevantní a za rozhodující faktor považuje sugesci.² Pokud jsou jednotlivci řízeni pomocí sugescie, pak se tento proces jednoznačně nazývá propaganda, a to bez ohledu na to, zda nad nimi propagandista hodlá vykonávat kontrolu. Naproti tomu stojí názor A. J. Mackenziho, že úsilí o šíření propagandy musí být vědomé a úmyslné. Účel propagandy se proto stává klíčovou záležitostí. Bez účelu nemůže mít propaganda žádný cíl a směr. O propagandě mluvíme, pokud jde o komunikaci zaměřenou na cíl, který je stanoven apriorně. Proto je propaganda nejlépe spatřována jako promyšlený pokus ovlivnit veřejné mínění prostřednictvím přenosu myšlenek a hodnot pro konkrétní účel, a ne prostřednictvím vydírání nebo násilí. Moderní politická propaganda je vědomě navržena tak, aby sloužila (ať už přímo nebo nepřímo) propagandistům a jejich politickým šéfům. Cílem propagandy bývá přesvědčit, že jejím předmětem je jí prezentovaný jediný názor a zamezit šíření názorů jiných (Welch, 2003a: 318-319). Taková definice moderní propagandy je vůbec jednou z nejnovějších. Jejím autorem je anglický odborník na propagandu David Welch. Distanuji se od diskuzí, zdali je taková definice přesná (to ani není smyslem této práce). Pro účely tohoto textu je však naprosto postačující.

S pojmem propaganda se ale můžeme setkat i v částečně jiných souvislostech a s poněkud jiným významem. Některý tímto pojmem označují i mohutnou, ofenzivní komunikaci se skrytě či zjevně přesvědčovací zaměřením zacíleným na podporu či prosazení, nějakého chování, postoje nebo souboru názorů. Často je proto propaganda spojována s reklamou nebo s public relations. Tento přístup má však své odpůrce a zastánce. Odpůrci argumentují tím, že v případě reklamy není splněna podmínka omezení či úplného vyloučení alternativních informací. Nikdo nikomu nebrání, aby si o produktu, postoji nebo názoru zjistil další informace. Obhájci tohoto postoje ale naopak poukazují na to, že zjistit si požadované informace není nijak snadné. Rozvinuté postindustriální společnosti konce 20. století jsou do té míry závislé na médiích a média svým chováním a svými obsahy do té míry prorostlá s politickou a podnikatelskou sférou, že lze mluvit o jakémsi každodenním přemlouvání, před

² Dle akademického slovníku cizích slov je sugescie „*podmanivé působení (vliv) na něčí myšlení, cítění, vůli, jednání probíhající zpravidla mimo rozumovou a volní oblast*“.

kterým prakticky není úniku, a jež dokáže příjemcům předkládat a vnucovat vše od základních hodnot až po žádoucí způsoby spotřebitelského chování (Grame - Jiráček, 2001: 145-147).

Definice propagandy v české literatuře, která se zabývá touto tematikou, je rozhodně méně, než tomu je v literatuře anglické. Jistě to je také dáno počtem knih, které se tohoto tématu dotýkají. Autoři své poznatky čerpají hlavně ze zahraniční literatury, a proto se ve výsledku jejich definice příliš neliší. Přesto lze najít minimálně dvě, které stojí za zmínku. Josef Ftoček ve své poslední knize obecně definuje propagandu jako manipulaci médií s cílem dosažení společenské kontroly, a to zejména v politickém kontextu, kdy je spojována s úsilím politických hnutí, organizací a vlád. V obecnějším pojetí představuje aktivitu jednotlivců nebo skupin, kteří působením na emoce a myšlení veřejnosti nebo konkrétní cílové skupiny kontrolují, řídí, vytvářejí či dle potřeby mění sdílené hodnoty, postoje, názory a chování jednotlivců nebo skupin, to vše v souladu s úmysly a potřebami tvůrce či zadavatele zájmového sdělení (Ftoček, 2010: 47). V českém *Slovníku mediální komunikace* je charakterizována snaha propagandy „o formování světového názoru, o vytvoření žádoucího skupinového, třídního a celospolečenského vědomí a vzorů jednání. Jde o institucionalizované šíření více či méně systematicky uspořádaných idejí, teorií, názorů, doktrín či celých ideologií (zvl. světónázorových a politických), jejich tendenční vysvětlování, modifikace do podoby přizpůsobené aktuální situaci a přesvědčování lidí o jejich správnosti“ (Čábelová, 2004b:192). Jako svůj nástroj, podle Čábelové, využívá propaganda komunikačních prostředků, především pak prostředků masové komunikace. Tvůrci propagandy často využívají již existujících společenských proudů, kterým dávají pouze potřebný směr, obsah, cíl či vedení a které lze podle potřeb zintenzivnit nebo utlumit (Čábelová, 2004b:192).

2.1.2 Propaganda ve stručném historickém kontextu

Termín propaganda se v souvislosti s politickou, nikoliv náboženskou činností, dostal do podvědomí veřejnosti v novověku, což souviselo s rostoucí rolí veřejného mínění v politice a s postupným rozšiřováním volebního práva. V 19. století pojem označoval šíření politicky relevantních myšlenek nebo názorů. Hodně také záleželo

na zdrojích propagandy, což ovlivňovalo cíle a do jisté míry i formu propagandy. Liberálové používali propagandu jako nástroj boje o přízeň veřejného mínění a to zejména boje politických stran o voliče. Naproti tomu marxističtí či socialističtí propagandisté chtěli ovládat masy lidí. Propaganda měla mobilizovat proletariát a aktivizovat jeho zájem o socialistickou politiku. Pro liberály byl klasickým prostředkem tisk, marxisté svoji formu propagandy rozšířili ještě o řeč, plakát a hesla (Čábelová, 2004b:192-193). Pravý význam propagandy pro řízení procesů moderní, masové společnosti byl odhalen v průběhu I. světové války. Její význam byl velký at' už v čase války nebo míru. Využití propagandy přispělo k jejímu kontroverznímu vnímání v USA a částečně i ve Velké Británii (Ftorek, 2010: 46).

Po válce se propaganda začala vyznačovat novým specifíkem: nárokem na totálnost. Totalitní státy jako nacistické Německo a sovětské Rusko si nejen nárokovaly monopol na kontrolu a ovládání masových médií, ale také usilovaly o formování a řízení veškeré veřejné komunikace. Opozice byla principiálně vyloučena. V těchto státech je propaganda nedílnou a možná i nejdůležitější součástí celého systému vládnutí. Nacistický ministr osvěty a propagandy Joseph Goebbels ji dokonce považoval za umění v tom smyslu, že pravda není absolutní, ale závisí na stanovisku tvůrce (Čábelová, 2004b: 193).

2.1.3 Propaganda, rozlišení a charakteristika

V současnosti nejběžnější dělení propagandy vzniklo během II. světové války ve Velké Británii při vedení psychologické války proti Německu. Rozlišení je založeno na charakteru zdroje konkrétní informace a jejím poselství. Rozlišuje se propaganda bílá, černá a šedá.

- 1) Bílá propaganda využívá relativně věrohodné informace a zpravidla je jejich zdroj jasně identifikovatelný. Pracuje s běžně používanými technikami, které jsou charakteristické pro dnešní PR praxi, jako je například jednostranná prezentace stanoviska či názoru nebo vyjímání autentických výroků z celkového kontextu (Ftorek, 2010: 49). Jinými slovy tuto činnost tedy může vykonávat kupříkladu identifikovatelná vládní agentura. Z důvodu nutnosti zachovat důvěryhodnost

instituce zprávy jí vysílané inklinují k tomu být přesné (i když ne nutně ověřitelné). Cílem zprávy je přesvědčit publikum o nadřazenosti a spravedlivosti příslušného režimu a ideologie. O tento typ propagandy se během studené války starala rádia Hlas Ameriky a Rádio Moskva, která se snažila vytvořit si u publika důvěru, jež by se pak dala v budoucnu nějakým způsobem využít (Welch, 2003b: 426).

- 2) Šedá propaganda využívá výběrové zprávy a různé významové posuny. Z důvodu špatné čitelnosti původu se může stát, že informace pochází z „nepřátelského zdroje“, i když se může zdát jako přátelská či neutrální. Díky tomu je podstatně záladnější než propaganda bílá (Ftorek, 2010: 49). Tento typ propagandy se objevil ve 40. letech ve Velké Británii. Mnohem širší využití si ale získala v samotném začátku studené války, kdy britské ministerstvo zahraničí zřídilo tzv. Information Research Department (IRD). Vzhledem k tomu, že černá propaganda byla výlučně v rukou tajné MI6, IRD zvolilo jako svou strategii propagandu šedou. Důvod byl prostý. Tento typ propagandy je přímější a agresivnější než bílá, ale zároveň je méně pravděpodobné, že bude tolik urážet a provokovat Sověty jako propaganda černá. Jak už bylo zmíněno, cílem IRD byl Sovětský svaz. Úkolem bylo útočit na ideologii nepřítele a nabídnout „něco lepšího“ (informace přitom měly pocházet z obtížně identifikovatelného zdroje). Obsahem těchto sdělení bylo především vyzdvihování západních hodnot jakožto protipólu k sovětským aktivitám. Aby IRD odlišila své aktivity od Američanů, zaměřovala se na státy s komunistickou ideologií, ale mimo Sovětský svaz. Tomu, že se IRD podařilo převést šedou propagandu do praxe, nasvědčuje i skutečnost, že její informace nebyly obecně shledány jako propaganda (Welch, 2003c: 152).
- 3) Černá propaganda pracuje s věrohodně znějícími dezinformacemi a lží. Využívá se často pro klamné operace prováděné vládou, armádou nebo jinou organizací, kdy je zdroj prezentován jako „přátelský“, ale ve skutečnosti informace pochází od nepřátel (Ftorek, 2010: 49). Může se ovšem také stát, že zdroj propagandy bude zcela jasný a ověřitelný, pokud to propagandistům přijde vhodné. Černá propaganda se snaží klamat, k čemuž využívá všechny možné prostředky – letáky, plakáty, poštovní známky, televizní a rozhlasové stanice a nyní i internet. Úspěch tohoto typu do velké míry závisí na tom, zdali je dotyčný ochoten ztotožnit se s pravdivostí zdroje a zprávy. Jedním z neúspěšnějších případů černé propagandy

bylo vysílání rádia Svobodné Maďarsko, které začalo vysílat po neúspěšném maďarském povstání v roce 1956. Stanice podrobně popisovala sovětské krutosti a vyzývala Spojené státy k intervenci. Ve skutečnosti bylo rádio Svobodné Maďarsko tajnou operací KGB s cílem znemožnit USA tím, že poukáže na jejich neschopnost pomoci menším státům proti sovětskému komunismu (Welch, 2003d: 41-42).

Propagandu je možné dělit i podle dalších hledisek. V nejobecnějším pojetí ji lze dělit podle její formy do sedmi hlavních kategorií na propagandu:

- 1) Politickou, která se zaměřuje hlavně na získání a udržení politické moci. Její formou je pak i propaganda eskapistická, která využívá médií k odvedení pozornosti od skutečných politických problémů, čímž podporuje společenskou pasivitu a naopak podporuje stabilitu politického systému.
- 2) Ekonomickou, usilující o stabilitu a prosperitu ekonomického systému tím, že sama podporuje veřejnost k nákupu zboží a prodeji zboží a služeb.
- 3) Válečnou, jejímž smyslem je hlavně podpora morálky vlastního obyvatelstva nebo na získání vnější podpory v dobách války. Jejím cílem také bývá oslabení morálky nepřítelů.
- 4) Diplomatickou, která působí jakožto specifická forma působení s cílem posílení či vyvolání přátelství či nepřátelství potencionálních spojenců či nepřátel.
- 5) Didaktickou, která představuje formu výchovy odrážející společensky žádoucí cíle.
- 6) Ideologickou, jejímž smyslem je rozšiřování idejí nebo náboženské víry, a která usiluje o změnu názorové orientace celých společenských skupin. Často se pro tento účel snaží zneužívat emocí a nadšení populace.
- 7) Eskapistickou jenž pomocí působení médií odvádí pozornost od společenských problémů a snaží se posílit pasivitu lidu, na rozdíl od aktivního motivování v určitém směru (Ftorek, 2010: 49–50; Jiráček – Köpplová, 2003: 157).

Propagandu lze také rozlišovat podle charakteru na oslavnou a očerňující. Oslavná propaganda šíří pozitivní dojmy o konkrétní organizaci, mocenské skupině nebo vládě. Příkladem mohou být totalitní propagandy v nacistickém Německu nebo Sovětském svazu, které oslavovaly úspěchy tehdejších režimů. Naproti tomu očerňující propaganda má „jednostrannou, zaujatou, pravdivou i nepravdivou prezentací skutečností diskvalifikovat protivníka“ (Ftorek, 2010: 49). Používala se

především během II. světové války a v průběhu soupeření mocenských bloků v průběhu války studené (Ftorek, 2010: 49).

2.1.4 Propaganda z pohledu politické psychologie

Propagandu lze bezesporu zkoumat z několika úhlů pohledu. Cílem této práce není zkoumat teorii propagandy, ani vliv propagandy na mysl člověka. Přesto lze například v knize Oskara Krejčího *Politická psychologie* čerpat některé zajímavé poznatky o propagandě právě z úhlu pohledu disciplíny politické psychologie. Rád bych proto i tomuto tématu věnoval pár slov.

Propaganda může být jedním z nástrojů formování a předávání kultury. Působí také jako jedna z cest utváření reality. Určitý druh propagandy může a je využíván v různých institucích, které mají velký vliv na výchovu a vývoj myšlení člověka. Propaganda proto může plnit funkci nositelky norem a hodnot, problémem ovšem je, že často se propaganda využívá k sobeckým soukromým a skupinovým zájmům. Pro propagandisty je proto důležité působit na podvědomí jedinců, kde sídlí takové naprogramované genetické normy jako je strach, sexualita nebo potřeba získat místo v nějaké hierarchii. Podle Krejčího lze odlišit dvě různé roviny indoktrinace.

Nejlepším výsledkem propagandy je změna superega. Jde o jakousi přeměnu ideologie vládnoucí skupiny na příkazy svědomí jednotlivce. Politické jevy jsou v systému posuzovány na škále „dobro-zlo“ a jakýkoliv protivník či kritik režimu je vyobrazen jako člověk nemorální, neslušný nebo nenormální. Režim je pak stabilní a odolný vůči novým informacím.

Druhou rovinou je zasažení vědomých složek osobnosti tak, že je vytvořen obecný model světa. V tomto „horším“ výsledku propagandy dochází k automatickému definování nových jevů výběrem nejjednodušších podob. „Umožňuje vybírat jen vhodné jevy, doplňuje chybějící informace stavěním mostů mezi známými vrcholy tak, aby vznikl nejlepší názorový tvar, který se vejde do předem přijatého modelu“ (Krejčí, 2004:124-125).

Systematický vědecký výzkum propagandy probíhal v USA už od 2. světové války. Mezi první výsledky, kterých vědci dosáhli, bylo poznání, že přesvědčení, jež je založeno na srovnání obou náhledů na danou problematiku, je efektivnější pouze

u více vzdělaného publika. Lidé také snáze vzdorují systematické a cílené propagandě, když jsou před tím předem vystaveni malým dávkám této propagandy. Stejně tak bylo zajímavé i zjištění, že na přímočará a kontroverzní témata slyší především lidé už přesvědčení. Kdežto klamavé, na cesty útočící, nepřímé a neupřímné metody jsou pro změnu politických postojů účinnější než přímočaré mluvení o daném tématu (Krejčí, 2004:123-126).

2.1.5 Manipulace

Pojem manipulace pochází z latinského slova *manipulus*, které označuje vojenskou četou či oddíl vojska. Svůj pravý význam našlo slovo ve francouzském *manipulation* nebo *manipuler*, což znamená manipulovat, řídit, zacházet či ovládat. V obecném pojetí znamená manipulace zručné zacházení s něčím či s někým, rafinované a zpravidla nečestné ovládání či ovlivňování někoho či něčeho. V mediálních studiích a psychologii znamená manipulace nepřiznané zpracovávání vědomí lidí, a to zejména prostřednictvím médií za účelem systematického a cílevědomého řízení a formování jejich vědomí, myšlenek a pocitů. Při manipulaci pomocí médií dochází ke zkreslování, popř. zadržování či neadekvátní doplňování informací. Manipulace je zpravidla kritické označení pro snahu ovládat chování osob tak, aby si toho ovládané osoby nebyly zcela nebo dokonce vůbec vědomy a jednaly v souladu s cíli manipulujícího subjektu a bez ohledu na vlastní preference a potřeby, případně dokonce proti nim. Snaží se také u manipulovaných subjektů vyvolat potřeby a zájmy tak, aby následné jednání odpovídalo cílům manipulátora. Manipulace představuje skrytou formu donucení. Donucení můžeme charakterizovat jako moc založenou na vynuceném souhlasu, jenž je dosažen vzbuzováním strachu. Výsledkem donucení je podřízení se cizí vůli či normám a pravidlům chování bez ohledu na vlastní pocity a vůli donuceného subjektu a zpravidla je také doprovázeno jeho vnitřním nesouhlasem. Donucení lze v tomto smyslu považovat za otevřenou či zjevnou manipulaci. Manipulace proto bývá považována za nejúčinnější formu donucení (Čábelová, 2004a: 127). Manipulaci nejčastěji využívá propaganda, reklama, metody tzv. public relations nebo obecně řečeno různé metody přesvědčování a agitace pro nějakou akci či myšlenku (Ilowiecki – Žantovský, 2008: 30-31). V sociologii může být zdrojem

manipulace (případně donucení) i sama společnost, a to konkrétně její sociální normy či veřejné mínění. Prostředkem manipulace ve společnosti se pak stává samotná masová komunikace. Manipulace bývá kritizována, neboť jakožto skrytá forma donucení problematizuje možnost svobodné volby v demokratické společnosti. Existují ale i pozitivní působení skrytého donucení. Jedno z nich lze například spatřovat v tom, že ve formě sociálních norem udržuje integritu a kontinuitu společnosti a vlastně snižuje potřebu otevřeného donucení a násilí (Čábelová, 2004a: 127).

2.1.5.1 Druhy manipulace podle narušení subjektivity jedince

„Nejnevinějším“ druhem zbavování subjektivity je přesvědčování. Přesvědčování je možné použít tehdy, pokud je nutné provést ve státě nějaké nevyhnutelné reformy (např. sociálního charakteru). Podmínkou pro použití přesvědčování jako druhu manipulace ve svém pravém a morálně správném slova smyslu je, že přesvědčovaný ví moc dobře, že ho chceme pro něco nebo proti něčemu přesvědčit. Pokud se jedná o skryté přesvědčování, pak už jde o manipulaci.

Dalším druhem je nátlak. Běžně mívá buď formu ekonomickou, nebo formu právní. V ekonomickém nátlaku jsou lidé k něčemu nuceni například pod hrozbou ztráty práce nebo třeba pod hrozbou nižších příjmů. Právní je nevyhnutelný, neboť na něm stojí celý systém státu, avšak někdy se uplatňují předpisy, které omezují svobodu jednotlivce ve prospěch vlády a nikoliv ve prospěch člověka.

Nejméně morální formou pak je násilí. Jde o nucení k něčemu silou. V totalitních a autoritativních státech je velmi často spojeno s fyzickým ohrožením života, téměř vždy s ohrožením svobody, zbavením práv a zastrásováním. Násilí je nejstarší formou zbavování lidí jejich subjektivity (Ilowiecki – Žantovský, 2008: 31-32).

2.1.5.2 Techniky argumentační a rétorické manipulace

Velmi důležitou součástí politické propagandy je její použití v praxi. Většina veřejných činitelů, a to hlavně politiků (nezáleží na tom, zdali reprezentují demokratický nebo nedemokratický režim), se velmi často uchyluje k manipulativní

argumentaci, která je více či méně věrohodná. Dále uvedené techniky představují běžnou praxi rétorické manipulace sloužící k vytváření souhlasu mezi občany.

První technikou je argument ad personam. Nebere v diskuzi v potaz soupeřovy věcné argumenty, ale snaží se na něj spíše verbálně útočit poukazováním na jeho sníženou důvěryhodnost, neschopnost nebo nedokonalost.

Dalším druhem rétorické manipulace je reductio ad absurdum. Její jádro spočívá v tom, že jinak racionální argument je odmítnut s tím, že stejným způsobem argumentovala osoba, která je veřejností zásadně odmítána pro nepřijatelnou politickou praxi (např. Hitler, Stalin). Účastník diskuze se nezabývá vlastním argumentem a dokazováním jeho validity, ale charakterem člověka nebo politické praxe, které jsou s ním v nějaké, byť někdy až absurdní, souvislosti.

Paluba vítězů je technika, která pracuje s přirozenou touhou být na straně vítězů, těch teoreticky, či domněle silnějších, mocnějších a schopnějších. Lid povětšinou naplňuje touhou zajistit si v daném okamžiku nebo dějinné situaci lepší existenční podmínky.

Čtvrtou formou manipulace je technika věčného opakování, jež používá princip stálého opakování hesla či sloganu.

Citace autority představuje přímou citaci nebo dovolání se na dřívější podobný výrok, myšlenku respektované osoby či autority v oboru s cílem získat podporu pro vlastní tvrzení v procesu ovlivňování mínění.

Technika obyčejného člověka představuje stylizaci politiků do role „normálního občana“. Politik zde obvykle například sfárá do dolu, kde si potřese ruku s horníky nebo jde do továrny, kde vyrobí nějakou jednoduchou součástku. Vše by mělo ideálně probíhat pod dohledem kamer a fotoaparátů. Sofistikovanější formou stylizace do role obyčejného člověka je pak politikovo přiznání, že neumí nebo nemá vůli pro některé praktické záležitosti každodenního života (např. že neumí vařit nebo si moc nerozumí s počítačem). Ve výsledku je pak dotyčný vyobrazen před veřejností jako obyčejný člověk, který neumí všechno, má své chyby a umí se k nim přiznat.

Technika nesoucí poetický název Obětní beránek spočívá v přenesení veřejné pozornosti, odpovědnosti a viny na konkrétní jednotlivce nebo skupiny. Slouží ke zmírnění napětí ve společnosti způsobené touhou po spravedlivé odplatě. Tím, že se obětuje někdo, kdo původně nestál přímo za zdrojem hněvu veřejnosti, slouží

k odvedení pozornosti, zmírnění agrese veřejnosti a pomáhá to také k udržení vlivu té politické formace, která si obětováním své nahraditelné části zachovala vlastní moc.

Poslední technikou, kterou zde uvedu, je metoda spin nebo spin doctoring. Jeho součástí je i rétorické a terminologické zlehčování špatných zpráv nebo naopak užití slov, která charakterizují totožný fakt prostřednictvím termínů, jež mají rozdílný význam i emotivní náboj, a tak i zásadní vliv na vyznění dané informace a situace (Ftorek, 2010: 50-52).

2.1.6 Cenzura

Slovo pochází z latinského slova *census* znamenajícího oceňovat. Cenzura je obvykle přímý zásah, úplné nebo částečné odstranění, popřípadě přepracování materiálu, který se cenzorovi nezamlouval. Cenzura také potlačuje šíření nebo názorů těch, kteří útočí na hodnoty toho, koho obvykle zastupuje cenzor. Cenzor (ať už je jednotlivec nebo institucí zřízený orgán) proto jedná v souladu s instrukcemi toho, kdo ho zřídil, a je nadán mocí svoje rozhodnutí prosadit a uskutečnit. V širším pojetí lze za cenzuru považovat jakoukoliv kontrolu informací obvyčejně určených k zveřejnění. V užším pojetí pak státní dohled nad šířením mediálních obsahů (tradičně tištěných médií, filmu, divadla, rozhlasu a televize). Podmínkou pro užití pojmu bývá násilný zásah do práv autorů a vydavatelů. Cenzura bývá také nejčastějším vyjádřením negativní propagandy. Bez jakékoliv formy cenzury si lze účinnou propagandu jen těžko představit. Základní dělení cenzury je podle procesu tisku. Dělí se na: a) předběžnou (preventivní) cenzuru uplatněnou před zveřejněním informace; b) následnou (represivní) cenzuru uplatněnou po vytištění informace (sem patří i dohled nad díly dovezenými ze zahraničí). Dobré je ale též rozlišovat mezi cenzurou a autocenzurou. Pokud chápeme cenzuru jakožto instituci (reprezentovanou jednotlivcem nebo orgánem), pak je schopna „zvenku“ zasahovat do činnosti médií a do konečné podoby jejich výstupů. Autocenzura je pak vnitřní korekce těch, kteří v médiích pracují, a může mít dvojí motivaci. Buď je tato korekce vedena snahou předejít cenzorním zásahům zvenčí (různá média a jejich pracovníci se tak ve skutečnosti přizpůsobují vůli cenzora a moci, která za ním stojí), nebo je výrazem uvědomované odpovědnosti médií

a jejich pracovníků vůči veřejnosti (Burton-Jirák, 2001: 140-141; Končelík, 2004: 26-30; Welch, 2003e: 70).

2.2 Politický režim

Samotné označení režim sebou přináší určité negativní zabarvení. Zcela běžně se nám vybavuje jakákoliv forma diktatury a slovní spojení „demokratický režim“ zní protichůdně. Avšak v politologické obci a terminologii je toto slovo hodnotově neutrální a používá se pro označení konkrétního aspektu politického systému. Pojmenování režim tudíž nevyovídá nic o demokratičnosti či nedemokratičnosti daného systému. *„Politický režim je nejčastěji považován za normativní subsystém politického systému. V nejšířším chápání obsahuje všechny hodnoty a systémové principy, strukturu autorit, formální i neformální pravidla politické hry a z nich vyplývající závislosti mezi subjekty politiky“*(Kubát, 2007:185). Díky této velmi široké definici, která především stanovuje hranice politické činnosti, je možno tyto aktivity provádět bez hrozby sankcí za antisystémové politické chování a stanovení pevné hierarchie politických subjektů. Politické režimy ale neobsahují pouze normy, ale součástí je také jejich tvorba a způsob jejich aplikace. Badatelé se ale běžně zaměřují na nejdůležitější složku norem a tou je jejich obsah (Kubát, 2007:185). *„Politická norma je v tomto smyslu výpovědí obsahující vzorce politického chování v podobě zákazu, příkazu či dovolení, které jsou uznány jako závazné pro všechny účastníky politického života“* (Kubát, 2007:186). Politické normy se především týkají chování v rámci oblasti veřejné moci. Regulují hlavně vztahy mezi skupinami a jsou také asymetrické, tj. privilegují jednu stranu politického vztahu na úkor druhé. V konkrétnější podobě se politické normy týkají získávání politické moci, organizování politické rivality, struktury nejvyšších orgánů státní moci, dělby moci. Ale také přijímání závazných rozhodnutí rozdělování statků a závazků nebo vykonávání politické odpovědnosti. Dohromady pak tvoří pravidla politické hry, která platí v každém politickém systému. Politické normy mohou mít dvě podoby – formální a neformální. Formální podoba politických norem je obsažena v ústavách a v dalších normativních aktech. Neformální politické normy představují respektované politické obyčeje. Politický režim jako takový může být akceptován, což stabilizuje politický systém. Může

ale také být neakceptován, což naopak může být příčinou konfliktů narušujících politický systém a jeho stabilitu. Právě akceptace vytváří také dva druhy legitimacy: ideologickou a strukturální (Kubát, 2007:187). „*Ideologická legitimita se týká podpory základních politických hodnot, které jsou pojítkem systému (např. demokracie, spravedlnost, svoboda, rovnost apod.). Strukturální legitimita znamená přesvědčení o pravomocnosti, legálnosti a zákonnosti režimních norem. Objektem podpory jsou normy týkající se způsobu získávání moci, přijímání platných rozhodnutí a exekvování politické odpovědnosti*“ (Kubát, 2007:186-187). Pro vytváření typologií se lze setkat s následujícími čtyřmi pojetími, která jsou dichotomická. Jde o politické režimy demokratické a autokratické, konsensuální a majoritní, parlamentní a prezidentské, autoritativní a totalitní. Každé z těchto pojetí se opírá o jiné proměnné a vyvozuje se z odlišných výchozích pozic (Kubát, 2007:187).

2.2.1 Politický režim a nedemokratický politický systém

Jedním z hlavních kritérií pro klasifikaci politických režimů je způsob dělby moci ve státě, ale také i povaha vzájemných propojení, vztahů a závislostí mezi legislativními a exekutivními institucemi. Nedemokratické státy jsou systémově založeny na odmítnutí principu dělby moci, který nahrazují principem jednotnosti státní moci. I když ve velké většině nedemokratických států existují instituce jako parlament, prezident nebo vláda, plní jiné funkce než tomu je u demokratických režimů a bývají podřízeny jednomu mocenskému centru, kterým je politická strana, diktátor, kolegiální orgán (junta) atd. Horizontální vztahy jsou zde díky tomu nahrazeny vztahy vertikálními. Pozbývá tedy smyslu v tomto ohledu používat dělení na parlamentní, prezidentské či poloprezidentské režimy, i když se tam jejich určité prvky mohou formálně vyskytovat. Velká většina nedemokratických států si udržuje instituce, které jsou běžné v demokraciích, ale právě to směřuje k tomu, aby nebylo na první pohled patrné, že se jedná o nedemokratický režim. Méně časté už jsou pak případy zemí, které tyto instituce cíleně a veřejně odmítají (tradiční demokratické instituce nahrazují vlastními a většinou tvrdí, že právě ty jsou skutečně demokratické). Stejně

tak malý počet zemí tyto instituce odmítá a zároveň nemá ani jejich substitut (např. sultanáty),(Kubát, 2007:198-199).

2.3 Veřejná diplomacie

Ačkoliv snahy států prezentovat samy sebe v tom nejpozitivnějším světle jsou bezpochyby staré jako státy samy, byl tento jev objeven a pojmenován teprve nedávno. Termín veřejná diplomacie byl poprvé použit bývalým diplomatem Edem Gullionem v roce 1965 ve Spojených státech amerických ve spojitosti s nadnárodní kulturní propagandou. Poté trvalo více než 30 let, než se význam pojmu posunul až do dnešní podoby. V roce 1997 byla veřejná diplomacie definována z amerického pohledu jako prosazování národních zájmů Spojených států prostřednictvím porozumění, informování a ovlivňování zahraničního publika. Zabývá se vlivem postoje veřejnosti na tvorbu a provádění zahraniční politiky. V ucelenější definici je veřejná diplomacie vymezována jako *„činnost zaměřená na utváření a ovlivňování pozitivních představ o daném státu, hodnotách a činnostech, které reprezentuje mezi zahraniční veřejností. Prostředkem k dosažení žádoucího cíle je pravdivá komunikace se zahraniční veřejností prováděná v součinnosti státního aparátu i soukromých subjektů“* (Peterková, 2008: 13). Odlišuje se tedy od běžné diplomacie, jejímž úkolem je jednat skrze profesionální diplomaty. Většina státních a nestátních aktérů používá tento termín k označení snahy získat výhodu v mezinárodní politice prostřednictvím zapojení zahraniční veřejnosti. Termín sám o sobě je propagandou, avšak Spojené státy si přály, aby se zabránilo negativní konotaci, kterou slovo „propaganda“ bez pochyby obsahuje, k popisu činnosti agentur jakou je třeba Hlas Ameriky. V obecnější rovině se veřejná diplomacie týká programů podporovaných státem za účelem informování, či ovlivňování veřejného mínění v jiných zemích. Jejimi hlavními nástroji jsou publikace, filmy, kulturní výměny, rozhlas, televize a v poslední době také internet.⁴ Příkladem americké veřejné diplomacie byl po druhé světové válce Fulbright program, který podporoval mezinárodní vzdělávací výměny (Cull, 2008: 117-118; Cull, 2003: 327; Peterková, 2008: 8-13).

⁴ What is Public Diplomacy?, dostupné na: <http://www.publicdiplomacy.org/1.htm>, 1. 3. 2011

2.4 Nová média

Pojem nová média je bezpochyby pojmem poměrně novým, avšak i během krátké doby od svého vzniku se stihl už jednou zásadně změnit. Původně označoval komunikační prostředky, které se objevily jako novinky po úspěšném nástupu televize. Tato média neměla mnoho společných vlastností kromě toho, že se objevila přibližně ve stejné době a pracovala s prvky interaktivity nebo také s videem. Za nejstarší nová média se v tomto smyslu dají považovat média, která vylepšovala vlastnosti televize a telefonu. Patří sem tedy videorekordéry a videokamery, teletext, videotext, televize na vyžádání, televize s dálkovým ovladačem, videotelefon a v menší míře počítačové hry. Začátkem 90. let dvacátého století se pojem nová média začal měnit. Díky prudkému rozvoji technologií se od devadesátých let objevují stále nové formy nových médií (BBS, hry, CD-ROMy, IRC, Web 2.0, GSM, DVD, ICQ, sociální sítě). Bez výjimky jde o média založená na počítačových technologiích. Díky tomu pojmy počítačová média a nová média začínaly splývat a dnes můžeme pojem nová média brát jako synonymum počítačových médií (Mrkvička, 2004: 135).

Nová média tvoří velmi širokou a velmi různorodou skupinu z hlediska funkce, přenášených sdělení i způsobů užívání; patří mezi ně mobilní telefony a počítačové hry, stejně jako elektronická pošta, webové stránky nebo digitální televize (Mrkvička, 2004: 134–135). Všechna nová média však mají jednu základní vlastnost – systém dvojí reprezentace. Na vrchní úrovni stojí sdělení formulovaná ve srozumitelných a známých kódech (tj. texty, zvuky, obrazy). Na spodní úrovni jsou tyto primární kódy sekundárně kódovány do sekvencí logických jedniček a nul binárního kódu (Manovich, 2001: 27–30). S kódy na této strojové úrovni lidé pracovat nedokážou, a proto se jako „překladač“ používají počítače. V tomto smyslu je počítačem jakékoliv zařízení, které je schopné algoritmické manipulace s daty v binárním kódu, ať má formu klasického stolního počítače, mobilního telefonu nebo jinou. Vzhledem k tomu, že binární kód je nejjednodušší možný kód, může sekundárně kódovat znaky jakéhokoliv jiného kódu (Manovich, 2001: 27–30; Mrkvička, 2004: 134–135).

Díky povaze binárního kódu se ukazují i další vlastnosti nových médií. V porovnání s tradičními médii jsou nejpatrnější změny v oblastech reprodukce, archivace a distribuce informací. Sdělení lze také libovolně množit, přičemž jednotkové

náklady na každou kopii jsou zanedbatelně nízké a díky jednoduchosti kódu lze také digitální data ukládat prakticky na libovolný druh nosiče. Nová média také zásadním způsobem mění distribuci mediálních obsahů. Povaha binárního kódu a existence elektronických sítí umožňuje šířit sdělení dříve nemyslitelnou rychlostí s mizivými náklady. Nová média mají také možnost automatizovaného zpracovávání jejich obsahů. Nová média mají také další vlastnosti jako interaktivita, globální dostupnost, demokratičnost atd., avšak na základě těchto vlastností je nelze definovat, byť je skutečně mají a právě tyto vlastnosti zásadním způsobem přispívají ke změnám sociální a mediální reality. Důvod, proč je nelze na základě těchto vlastností definovat, je prostý. Každý tvůrce nového média si totiž může nastavit jeho vlastnosti a některé z charakteristik může potlačit a jiné akcentovat (Manovich, 2001: 31–48; Mrkvička, 2004: 134–135).

2.4.1 Internet

Internetem je nazývána celosvětová počítačová síť skládající se z řady menších počítačových sítí, které k výměně a přenosu digitálních dat využívají protokol TCP/IP. Technickým základem je tedy předávání multimediálních informací mezi počítači. Internet je hierarchicky organizován, menší sítě jsou součástí větších sítí. Největší operátoři pak zajišťují globální připojení. Internet ale přitom zůstává decentralizovaný, protože i sítě na stejné úrovni jsou vzájemně propojeny. Zajímavým rysem internetu je jakýsi ústup technických záležitostí do, pro uživatele neviditelného, pozadí (Mrkvička, 2004b: 94; Musil, 2003: 158-159).

Internet byl vyvinut z americké armádní sítě ARPANET. Ke konstrukci a vývoji této sítě dalo svolení Ministerstvo obrany 6. prosince 1967. Ministerstvo hledalo systém spojení odolný vůči rušení a útoku na centrální uzel. V té době svět vůbec nevěděl, jak moc ho v budoucnosti toto rozhodnutí změní. Jeho původní funkce měla být určena k využívání výpočetní techniky velkých sálových počítačů. Krátce poté však už začal být využíván ke komunikaci mezi lidmi připojených v různých výzkumných centrech a na univerzitách. První datový přenos se datuje k roku 1969, kdy profesor Leonard Kleinrock odeslal ze svého počítače na univerzitu ve Stanfordu zprávu „log in“. I když dorazilo pouze „lo“, první spojení počítačů bylo navázáno. Během 70. let vypracoval

V.G. Cerf pouze provizorní jazyk a režim nazývaný TCP/IP. Jeho přijetí nebylo doprovázeno žádnou regulací nebo normalizací, což ukázalo další „samoregulující“ rys nového způsobu komunikace. Na přelomu 80. a 90. let Tim Bernes-Lee z CERN institutu ve Švýcarsku navrhuje dodnes platný systém WWW – World Wide Web. Za vznik internetu se pak považuje rok 1995, kdy přešla celá existující síť na jednotný protokol TCP/IP, přičemž v témže roce byl zaveden i systém doménových jmen (Mrkvička, 2004b: 94; Musil, 2003: 158-159).⁵

2.4.1.1 Internet a klasická elektronická média

Klasické telekomunikace (např. telefon) předávají zprávy obousměrně mezi dvěma body. Stejně pracuje i elektronická pošta, která je nedílnou součástí internetu. Pro klasická masmédiá je definujícím znakem jednosměrné šíření zpráv z jednoho bodu k masám recipientů. Tento rys je u internetu také výrazně přítomen. Dáno kapacitou domovského serveru může v jednu chvíli prohlížet jednu stránku až klidně stovky tisíc uživatelů (ale i více). Narozdíl od televize nebo rozhlasu je však stránka na webu dostupná (pokud není stanoveno jinak) trvale a celosvětově. Je tedy zřejmé, že internet integruje oba definiční principy a stírá tak rozdíl mezi dosud zřetelně organizačně, technicky (ale i například legislativně) separovanými oblastmi telekomunikace a vysílání. Internet se tedy dá popsat jako multimediální vysílání, jehož provozovatelem může být potencionálně každý majitel počítače připojeného na síť (Musil, 2003: 173).

3 Instituce figurující v systému čínské propagandy

I když propaganda existuje ve všech moderních společnostech, její role a mechanismy se v různých režimech liší. Navíc se fungování propagandy v rámci jednoho státu může měnit společně s institucionálními změnami. Systém propagandy v Čínské lidové republice v současné době nabízí ukázkový příklad toho, jakým způsobem se Čínská komunistická strana snaží rozšířit svou kontrolu nad čínskou společností prostřednictvím zajímavé kombinace nových prvků převzatých od moderních západních liberálních demokracií s více tradiční komunistickou

⁵ Internet history from ARPANET to Broadband. *Congressional Digest*. February 2007, 35-64.

metodologií. Na konci dvacátého století Čínská komunistická strana opět zavedla účinný systém propagandy. Agenda, instituce, prostředky a pracovní mechanismy byly aktualizovány s ohledem na měnící se prostředí v čínské společnosti a s ohledem na změny ve straně samotné (Brady-Juntao, 2009: 767-768; Farrell, 2007: 577-578).

3.1 Rozsah institucí

System čínské propagandy je rozsáhlý byrokratický aparát, zasahuje prakticky každé medium, které se zabývá šířením informací. Podle jedné publikace čínské komunistické strany, rozsah propagandy zahrnuje dohled nad novinovými redakcemi, rádiovými stanicemi, televizními stanicemi, vydavatelstvími, časopisy a dalšími informačními a mediálními agenturami; univerzitami, středními školami, základními školami, dalším odborným vzděláním, speciálním vzděláváním, kádrovým tréninkem; hudebními uskupeními, divadelními uskupeními, filmovými produkcemi, kiny, divadly, kluby a dalšími kulturními orgány, literárními a uměleckými skupinami a zábavnými parky; kulturními paláci, knihovnami, vzpomínkami sály, předváděcími sály, muzei a zbylými kulturními, oslavnými a exhibičními zařízeními. Tato rozšířená definice znamená, že prakticky každé představitelné médium, které přenáší a zprostředkovává informace lidem v Číně, spadá pod byrokratický dohled Oddělení propagandy Komunistické strany Číny (Chinese Communist party propaganda department, dále jen CCPPD). Z pohledu Čínské komunistické strany je politickou funkcí těchto podniků podporovat ideologii a mobilizovat lidi k dodržování oficiální vládní politiky. Bez povšimnutí nemůže zůstat také fakt, že kromě vládních institucí a organizací se do propagandistické mašinérie zapojují také nevládní organizace. System propagandy zahrnuje obrovský rozsah médií a publikací. Díky pluralizaci a komercializaci médií, umění a dokonce i vzdělání v Číně, je pro CCPPD a další cenzorské autority důležité tyto oblasti efektivně kontrolovat. Velkou snahou vlády je uhlídat internet odhadem s 30 000 lidskými administrátory a s nepřeborným počtem dalších technologických filtrů a zařízení. Tyto filtry jsou navrženy na základě filtrů používaných v USA na ochranu dětí před pornografií. To ale ztrácí na efektivnosti díky schopnostem uživatelů obcházet firewally. Globalizace a otevírání čínského televizního trhu satelitnímu a kabelovému vysílání vedlo k tomu, že se různé zahraniční vysílání dostalo

přímo do čínských domácností (Brady-Juntao, 2009: 768-769; Dowell, 2006: 113-114; Farrell, 2007:587-588; Shambaugh, 2007:27-28).

Zatímco efektivnost snah CCPPD kontrolovat tok informací napříč Čínou časem klesala, i nadále chce mít schopnost cenzury a zákroku pokaždé, když to uzná za vhodné. Konkrétně v roce 2004, kdy pod Hu Jintaovou záštitou a pokyny z komunistické strany, se uskutečnil smluvený zákrok proti médiím s posilováním propagandistického aparátu jako vedlejším efektem. Případy násilného uvěznění, obžalování a dokonce zabíjení jsou dobře zdokumentovány exilovým investigativním žurnalistou He Qinglianem. V dodatku k těmto aktivním mechanismům má CCPPD pasivní kontrolní kapacity ve formě jakési autocenzury. Perry Link zaměřil svou pozornost na tento fenomén a potvrdil ho mnoha rozhovory. Kreativní intelektuálové, ať už to jsou žurnalisté, profesori, umělci či filmaři, znají hranice propagandy státu. A to i když jsou zapojeni do procesu neustálé kontroly. Nejenže mají vrozený smysl pro porušení stanovených struktur a tabu, ale rozhovory s badateli a novináři naznačují, že existují mechanismy, které určují limity (viz agentura Nová Čína). Cenzura je mimochodem pouze jedna strana mince. CCPPD je mnohem více zaneprázdněno tím, co by mohlo být popsáno jako *proaktivní propaganda* – psaní a šíření informací, které by měly být předány a vštěpovány různým sektorům populace. Propaganda jako taková nenesse negativní konotace pro Komunistickou stranu Číny ani pro většinu čínských občanů. Od svého založení strana zobrazuje propagandu jako vzdělávání mas – proaktivní nástroj pro použití v oblasti vzdělávání a formování společnosti. Je to viděno jako legitimní nástroj pro přeměnu a budování toho typu společnosti, který strana hledala – tato společnost je označena od osmdesátých let jako „socialistická duchovní civilizace“ nebo nověji jako „harmonická společnost“ (Brady-Juntao, 2009: 780-781; Farrell, 2007: 585; Jin, 2008: 3-5; Shambaugh, 2007:28-29).

3.2 Celková struktura

Role byrokracie v systému čínské propagandy je enormní. Institucionálním epicentrem tohoto systému je CCPPD, ale také řada dalších státních a regulačních orgánů jsou také důležitou institucionální částí systému. Tento byrokratický systém je popisován následovně:

- 1) Informační kancelář Státní rady (The State Council Information Office) je celkovou autoritou pro monitorování obsahu v celonárodních zprávách.
- 2) Ministerstvo kultury má odpovědnost za monitorování ve světě umění, divadla, literatury a muzeí.
- 3) Ministerstvo školství má odpovědnost za dohled nad osnovami a knihami skrze všechny úrovně vzdělávacího systému.
- 4) Ministerstvo informačního průmyslu (The Ministry of Information Industry; dále jen MII), Ministerstvo národní bezpečnosti (Ministry of Public Security; dále jen MPS) a Ministerstvo státní bezpečnosti (Ministry of State Security; dále jen MSS) mají společnou odpovědnost za dohled nad blokováním elektronické komunikace do Číny. MPS a MSS jsou neaktivněji zapojeny do monitorování internetu a dalších elektronických forem komunikace na denní bázi, ačkoliv MII je popisováno jako „celkový výkonný orgán“ a usnadňuje přístup k telefonním linkám, optickým kabelům, mobilním telefonům, textovým zprávám, faxům a tak dále. MII je zodpovědné za sledování frekvencí, šířek pásem a dalších technických aspektů televizního a rozhlasového vysílání, zatímco CCPPD a Státní úřad pro rádio, film a televizi (State Administration of Radio, film and television) jsou společně zodpovědné za kontrolu obsahu vysílání (Farell, 2007: 585; Shambaugh, 2007:30-31).
- 5) Oddělení generálního štábu lidové osvobozené armády (The People's Liberation Army General Staff Department), třetí oddělení pro komunikaci lidové osvobozené armády (Third Department for Communication) a čtvrté oddělení pro elektronické protiopatření lidové osvobozené armády (Fourth Department for Electronic Countermeasures) jsou primární instituce odpovědné za rušení satelitů, krátkých vln a jiných elektronických vysílání do Číny.
- 6) Hlavní politické oddělení lidové osvobozené armády (People's Liberation Army General Political Department, dále jen GPD) sleduje všechnu propagandistickou práci v armádě, ale zároveň spolupracuje s CCPPD.

7) Státní rada všeobecné správy pro tisk a publikace (The State Council General Administration of Press and Publications) má hlavní odpovědnost za sledování vydavatelského průmyslu.

Role, které tyto orgány hrají v systému propagandy, jsou rozvedeny níže. V jejich názvosloví je systém rozdělen do dvou samostatných, ale vzájemně propojených systémů, to jest vnitřní a vnější propaganda. Tyto dvě kategorie jsou rozděleny do dalších čtyř typů propagandy. Tou je propaganda politická, ekonomická, sociální a kulturní (Brady-Juntao, 2009: 768-769; Shambaugh, 2007:30-31).

3.3 Řídící skupiny (Leading Groups)

Systém vnitřní propagandy se skládá z početných stranických a státních orgánů. Na vrcholu systémů stojí Centrální řídicí skupina pro propagandu a ideologickou práci (Central Leading Group on Propaganda and Ideological Work, dále jen CLGPIW). Formálně byla založena pod svým současným názvem určující směrnicí ústředního výboru číslo 11/1988, i když tento typ skupin existoval už od roku 1967. V roce 1988 ústřední výbor popsal roli CLGPIW: Běžná analýza a monitorování dynamiky a trendů v ideologické oblasti, výzkum a kontrola propagandistické práce; koordinace prací v propagandě, teorii, kultuře, médiích, publikování a jiných útvarů zabývajících se prací v ideologické oblasti; nabízení připomínek a návrhů. CLGPIW se skládá z ředitele (v současné době Li Čchang-čchun) a zástupce, z ředitele a zástupce sekretariátu (Secretarial Group) a dalšími pěti až osmi členy. Členové jsou voleni každé čtyři roky na sjezdu strany. Ředitel sekretariátu skupiny v současné době je Zhu Hong. Ostatní členové řídicí skupiny nejsou známi. Po ustanovení nového CLGPIW v roce 1988, byl prvním ředitelem jmenován Hi Qili. Dlouho ve funkci ovšem nevydržel. Byl propuštěn v době májovo-červnové krize v roce 1989. Hu byl nahrazen členem Ústředního výboru politbyra Li Ruihanem, který v této pozici zůstal do roku 1992. Poté jej následoval Ding Guan`gen, který úřadu šéfoval až do svého odchodu do důchodu v roce 2002. Li Changchun poté nahradil Ding Guan`gena po 16. sjezdu strany v roce 2002. Li je klasický stranický technokrat. Předtím zřejmě neměl žádnou zkušenost s propagandistickou prací. Z více než třiceti stabilních a řadě dalších dočasných skupin je Centrální řídicí skupina pro propagandu a ideologickou práci jednou

z těch nejdůležitějších. Stejně jako ostatní skupiny slouží tato jako celkový koordinátor nebo jakási pomyslná „ústa“ celého byrokratického systému propagandy. Další Řídící skupiny nejsou běžně zveřejňovány, avšak mají nadměrný vliv na politiku ve svých politických sférách (Shambaugh, 2007:31-33).

3.4 Oddělení propagandy (The propaganda department)⁷

CCPPD, je skutečným „nervovým centrem“ celého systému. Se svými 250 zaměstnanci pracujícími v samotném centru Pekingu bývá také definován jako komplexní funkční oddělení pro ideologii. CCPPD je jedno z pěti oddělení spadajících přímo pod kontrolu Ústředního výboru strany. Oddělení bylo formálně založeno na konci druhého stranického kongresu v roce 1922. S výjimkou desetiletého období během kulturní revoluce (1967-1977), působí nepřetržitě. Ředitelem tohoto oddělení je od roku 2002 Liu Yunshan. Liu se do této pozice dostal skrze provinční stranický aparát (ve kterém byl mimo jiné odpovědný i za propagandistickou práci). Do funkce mu však také mohla pomoci i dlouholetá vazba na generálního tajemníka Čínské komunistické strany Chu Ťin-tchaa (Shambaugh, 2007: 33-36).⁸

3.4.1 Struktura CCPPD

Aktuální podoba organizace není zcela jasná, neboť se jedná o těleso, které je velmi mlčelivé a tudíž i velmi těžko zkoumatelné zvenčí. Hrubá struktura však známá je. CCPPD má vliv na ministerstvo kultury, Generální správu tisku a publikací, Čínskou akademii společenských věd, Lidový deník (People's Daily), Předsednictvo filmového a televizního vysílání, tiskovou agenturu Nová Čína a její dceřiné společnosti a na všechny stranické kádrové propagandisty na provinční a lokální úrovni. CCPPD se skládá z vedení (General office), z pěti jednotek pod „přímou správou“, dvou řízených organizací a osmi funkčních útvarů (Shambaugh, 2007: 36-37).

⁷ Oficiální stránky CCPPD, dostupné zde: <http://cpc.people.com.cn/GB/64114/75332/>, 29.3.2011

⁸ China and the Internet. *Harvard International Review*. Summer 2009, 71.

3.5 Ministerstvo informačního průmyslu (Ministry of Information Industry)⁹

Ministerstvo informačního průmyslu bylo vytvořeno jako součást reformem z roku 1998. Vniklo kombinací několika již existujících ministerstev a komisí, stejně jako převedením některých funkcí na jiné nově vytvořené orgány. Ministerstvo mimo jiné také zajišťuje správu a řízení telekomunikačních standardů Ministerstva rozhlasu, filmu a televize (včetně kabelové televize), má také odpovědnost za technickou stránku rozhlasových a satelitních sítí. Ministerstvo informačního průmyslu se nestará o například o poštovní služby nebo o výstavbu telekomunikačních sítí. Hlavním úkolem ministerstva je řídit technické aspekty elektronických komunikací v celé Číně. Není až tak zapojeno do sledování obsahu této komunikace (o to se stará především Ministerstvo veřejné bezpečnosti). Uděluje (také i ruší) ale licence soukromým podnikům a stanovuje strategii pro výstavbu národní telekomunikační sítě (sem se zařazuje i síť internetová a mobilní). Ministerstvo hraje klíčovou roli jakéhosi „hardwaru“ v systému čínské propagandy. Jeho práce se zabývá i vojenským sektorem, stejně tak i výstavbou tajného komunikačního systému určeného pro stranu, vládu a vojenské orgány (Clark-Harwit, 2001: 384-387; Shambaugh, 2007: 38-40).

3.6 Generální správa pro tisk a publikace (General Administration of Press and Publications, dále jen GAAP)¹⁰

GAPP je něco jako synonymum k Ministerstvu informačního průmyslu, ale ve vztahu k vydavatelskému průmyslu. GAAP působí již řadu let. Byl ale, stejně jako jiné instituce, v letech 1998 a 2001 reorganizován. Ministerstvo kultury od něj převzalo odpovědnost za dovoz audiovizuálních produktů, zatímco Státní správa rozhlasu, filmu a televize odpovídá za dovoz rozhlasových a televizních pořadů ze zahraničí. Jednou z hlavních funkcí se po těchto reformách stal dohled nad uplatňováním a dodržováním autorských práv. Neméně důležitou funkcí GAPP je dohled na všechny standardy ve vydavatelském průmyslu – vše od ISBN až po sledování pirátství. V úřední řeči je

⁹ Oficiální stránky Ministerstva informačního průmyslu, dostupné zde: <http://www.cnii.com.cn/>, 29.3.2011

¹⁰ Oficiální webová stránka úřadu je dostupná zde: <http://www.gapp.gov.cn/cms/html/21/index.html>, 29.3.2011

činnost tohoto úřadu označována jako zodpovědná ochrana území a zaručení bezpečnosti nakladatelské činnosti.¹¹ Některé zdroje uvádějí¹², že úřad provádí i cenzuru textů. Ne však z obsahových důvodů, nýbrž proto, že nechce nést zodpovědnost za možné potíže po vydání publikace. I když předala dost svých pravomocí ministerstvu kultury, tak si stále ponechává důležitý vliv na výše uvedené oblasti. Správa má kolem 145 zaměstnanců v deseti odděleních. Pokud je nějaký časopis, vydavatelství nebo noviny zakázán, či uzavřen, je to právě GAPP, která rozhoduje o odebrání licence (Jin, 2008: 4; Shambaugh, 2007:40-42). Periodika a vydavatelství, aby jim nebyla odebrána licence, nesmí obsahovat nebo mohou být uzavřena z následujících důvodů:

- 1) podněcování k podvratné činnosti proti lidově demokratickému zřízení a socialistickému systému, podněcování k povstání nebo vzpourám
- 2) podněcování k opozici vůči vedení Čínské komunistické strany
- 3) podněcování k vzdoru nebo narušování plnění ústavy a právních předpisů
- 4) vyzrazení státního tajemství, ohrožení národní bezpečnosti nebo poškozování národních zájmů
- 5) podněcování k etnické nebo rasové diskriminaci či nenávisti nebo přerušování národní jednoty
- 6) propagace násilí, obscénnosti, pornografie nebo podněcování k trestné činnosti
- 7) urážení nebo pomlouvání jiných osob
- 8) bránění nestranného projednávání soudních procesů
- 9) jiného obsahu zakázaného zákonem (Shambaugh, 2007:40-43).¹³

3.7 Agentura Nová Čína¹⁴

Čínská oficiální státní tisková agentura Nová Čína je velká a rozsáhlá organizace mající vliv nejen na celém území Číny, ale dokonce celosvětově. Již v roce 1950 se stala centrální tiskovou agenturou a také jedinou legitimní národní tiskovou agenturou

¹¹ General Administration of Press and Publications, dostupné na: http://www1.chinaculture.org/library/2008-01/16/content_127444.htm, 29.3.2011

¹² Jin, Ha: 2008. The Censor in The Mirror. *American Scholar*. 77/4, 4.

¹³ General Administration of Press and Publications, dostupné na: http://www1.chinaculture.org/library/2008-01/16/content_127444.htm, 29.3.2011

¹⁴ Oficiální web agentury Nová Čína, dostupné zde: <http://english.news.cn/>, 29.3.2011

v Číně. S krátkou výjimkou mezi lety 1980-1982, kdy byla pod přímou kontrolou ústředního výboru a CCPPD, byla Nová Čína vždy orgánem Státní rady (State Council of the People's Republic of China). Již od svého založení má agentura dva hlavní úkoly: hlásit zprávy a šířit stranickou a státní propagandu. Obojí platí jak pro tuzemsko, tak i pro mezinárodní prostor. Rozdíl mezi těmito dvěma funkcemi nebyl vždy zřetelný, avšak v průběhu reformního období se podíl přímého zpravodajství zvýšil a zlepšil. Agentura se skládá z neméně než 17 složek, které všechny sídlí v Pekingu (Shambaugh, 2007:44; Xin, 2008: 42-43).

Každá redakce má své cenzory, kteří pocházejí z CCPPD. Nicméně podobné povinnosti mají i editoři v každém oddělení. Například ediční komise v mezinárodním oddělení agentury se schází na začátku každé ranní a večerní směny. Na každém zasedání redaktoři přijímají pokyny od CCPPD, především k tématům, kterým se mají věnovat. Po tomto setkání se redaktoři vrací do svých oddělení a zadávají tyto pokyny do „červené knihy“, která je určená pro všechny novináře a pracovníky sekce. „Červená kniha“ je aktualizována dvakrát denně. Prostřednictvím těchto mechanismů CCPPD vykonává přímou, praktickou kontrolu nad zprávami, které nabízí Nová Čína. I když žurnalisté mají značnou autonomii pro sběr a psaní obecných novinových zpráv, tak editoři mají konečné slovo v tom, který článek je a není akceptovatelný. Novinář po chvíli získá cit pro to, co je ve směrnících, co je a co není přijatelné. Takto začíná a funguje novinářská „sebecenzura“ v praxi. Nová Čína také provozuje síť vnitřních oběžníků, které obsahují příliš citlivé informace na to, aby mohly být zveřejněny. Většina z nich je distribuována ve velmi omezených počtech a je označena stupněm tajnosti „pečlivě chránit“ nebo „interní použití“. Agentura rovněž provádí dvě různé zpravodajské operace, a to jednu pro širokou veřejnost (ovlivněnou cenzurou a propagandou) a jednu pro úředníky (nepřikrášlenou a necenzurovanou). Což znamená, že v Číně je úřednictvo v podstatě dobře informováno o rozsahu problémů vyskytujících se v Číně a po celém světě (Shambaugh, 2007:44-45; Xin, 2008: 51,52).

4 Internet v Čínské lidově demokratické republice

První datové sítě v Číně se však objevili už na konci osmdesátých let a zaměřovali se především na vědecké výměny informací. Přibližně ve stejné době, tedy v roce 1987, byly vytvořeny dvě sítě. První z nich byla Čínská akademická síť (neboli CANet), druhou pak byla síť Ústavu fyziky částic (Institute of High Physics),(Clark-Harwit, 2001: 382-383). Ačkoliv je Čína domovem největšího počtu lidí s přístupem k internetu, je zdejší internetové prostředí jedním z nejméně kontrolovaných na světě. Internet byl otevřen veřejnosti v roce 1996 (Dowell, 2006; 111-112).¹⁵ Podle serveru chinadaily.com překročil v červnu 2010 počet jeho uživatelů 420 milionů, což je o 36 milionů více než tomu bylo na konci roku 2009. Zajímavý je rovněž fakt, že okolo 277 milionů uživatelů se k síti připojuje skrze své mobilní telefony. V polovině roku 2010 se tedy mohlo připojit 31,8 % čínské populace (Quihui, 2010). Internetové prostředí ale působí velmi uzavřeným dojmem. Čínský internet jen zřídka odkazuje na zahraniční stránky. Pouze šest procent odkazů opouští čínský webový prostor. Výzkum zahrnoval 40 milionů externích odkazů na 15 tisících webů. Profesor Jonathan Zhu z Hongkongské univerzity, který výzkum vedl, je vzhledem k použité metodě k výsledkům skeptický.¹⁶ Exponenciální zvyšování počtu internetových, ale i mobilních uživatelů může být připisováno snižováním nákladů na širokopásmová připojení. Využití potenciálu internetu a jiných informačních a komunikačních technologií pro hospodářský růst a modernizaci země, vedl čínské vedení k podpoře rozšíření příslušné infrastruktury. Od samého začátku se však čínská vláda snažila prosadit svou moc nad tímto novým médiem. V některých případech vláda může vypnout přístup k informačním technologiím nebo aplikacím dotýkající se konkrétní události. Což se stalo v roce 2007, před 17. sjezdem strany.¹⁷

¹⁵ China and the Internet. *Harvard International Review*. Summer 2009, 68.

¹⁶ China's Internet rarely links to foreign websites, dostupné na:

<http://www.thomascrampton.com/media/chinas-internet-rarely-links-to-foreign-websites/>, 6.3.2011

¹⁷ China and the Internet. *Harvard International Review*. Summer 2009, 68.

4.1 Současný stav kontroly internetu

V roce 1997 Ministerstvo veřejné bezpečnosti (Ministry of Public Security) učinilo první kroky týkající se kontroly internetu. Toho roku totiž vydalo komplexní právní předpisy týkající se používání internetu. Kompletní citace ze tří klíčových částí, článků 4–6, je uvedena zde:

„Článek 4: Žádné přístroje nebo jednotlivci nemohou využívat internet k poškozování národní bezpečnosti, zveřejňování státního tajemství, poškozování státních zájmů, společnosti nebo skupiny, zákonná práva občanů, nebo k podílení se na trestné činnosti.

Článek 5: Žádné přístroje nebo jednotlivci nemohou využívat internet k vytváření, kopírování, stahování nebo přenášení těchto druhů informací:

- (1) Podněcování vzdoru nebo porušování ústavy nebo zákonů nebo provádění správních předpisů;
- (2) Podněcování ke svržení vlády, nebo socialistického systému;
- (3) Podněcování k rozdělování země nebo poškozování národní jednoty;
- (4) Podněcování k nenávisti nebo diskriminaci mezi národnostmi nebo poškozování jednoty národností;
- (5) Vytváření lží nebo zkreslených pravd, šíření fám, ničení společenského řádu;
- (6) Podporování feudálních pověr, sexuálně sugestivního materiálu, hazardních her, násilí, vražd;
- (7) Terorismu nebo podněcování trestné činnosti; otevřeně urážející jiné osoby nebo zkreslující pravdu k pomluvě osob;
- (8) Poškozování pověsti státních orgánů;
- (9) Ostatní činnosti proti ústavě, zákonům a správním předpisům;

Článek 6: Žádné přístroje nebo jednotlivci se nemohou zapojit do těchto činností, které poškozují zabezpečení počítačové informační sítě:

- (1) Nikdo nesmí používat počítačových sítí a síťových zdrojů bez získání řádného předchozího schválení;
- (2) Nikdo nesmí bez předchozího svolení změnit síťové funkce nebo přidávat nebo odstraňovat informace;

(3) Nikdo nesmí bez předchozího svolení přidat, vymazat nebo pozměnit materiály uložené, zpracovávané nebo přenášené prostřednictvím sítě;

(4) Nikdo nesmí úmyslně vytvářet nebo přenášet viry;

(5) Ostatní činnosti, které poškozují síť, jsou také zakázány.¹⁸¹⁹

I když čínští občané mají rozšířený přístup k internetu a aplikacím jako jsou například sdílení videa, nástroje některých sociálních sítí a e-mailové služby, tak v nich zůstávají rozsáhlá omezení. Děje se tak zejména u pokročilých aplikací, jejichž poskytovatelé sídlí mimo Čínu. Velmi nespolehlivý je přístup na Youtube a na zámořské blogerské platformy jako jsou Wordpress a Blogspot. Přístup na e-mailové služby Gmail a Hotmail je zablokován. Nejpoužívanější sociální síť světa Facebook byla zakázána v roce 2008. Vztahu a působení společnosti Google v Čínské lidové republice budu věnovat později.²⁰ Pro internetové aplikace, které jsou blokovány nebo jinak monitorovány a omezovány vznikla na čínském trhu řada ekvivalentů (Dowell, 2006: 112-113).²¹ V roce 2007 Státní správa pro rozhlas, film a televizi (State Administration

¹⁸ Computer Information Network and Internet Security, Protection and Management Regulations, dostupné na: http://newmedia.cityu.edu.hk/cyberlaw/gp3/pdf/law_security.pdf, 28.3.2011

¹⁹ Article 4: No unit or individual may use the Internet to harm national security, disclose state secrets, harm the interests of the State, of society or of a group, the legal rights of citizens, or to take part in criminal activities.

Article 5: No unit or individual may use the Internet to create, replicate, retrieve, or transmit the following kinds of information:

- (1) Inciting to resist or breaking the Constitution or laws or the implementation of administrative regulations;
- (2) Inciting to overthrow the government or the socialist system;
- (3) Inciting division of the country, harming national unification;
- (4) Inciting hatred or discrimination among nationalities or harming the unity of the nationalities;
- (5) Making falsehoods or distorting the truth, spreading rumors, destroying the order of society;
- (6) Promoting feudal superstitions, sexually suggestive material, gambling, violence, murder,
- (7) Terrorism or inciting others to criminal activity; openly insulting other people or distorting the truth to slander people;
- (8) Injuring the reputation of state organs;
- (9) Other activities against the Constitution, laws or administrative regulations.

Article 6: No unit or individual may engage in the following activities which harm the security of computer information networks:

- (1) No one may use computer networks or network resources without getting proper prior approval
- (2) No one may without prior permission may change network functions or to add or delete information
- (3) No one may without prior permission add to, delete, or alter materials stored, processed or being transmitted through the network.
- (4) No one may deliberately create or transmit viruses.
- (5) Other activities, which harm the network, are also prohibited.

²⁰ Internet Censorship in China, dostupné na:

http://topics.nytimes.com/topics/news/international/countriesandterritories/china/internet_censorship/index.html, 29.3.2011

²¹ China and the Internet. *Harvard International Review*. Summer 2009, 68-69.

of Radion, Film and Television), který dohlíží nad audiovizuálním obsahem na internetu, nařídil, že všechny stránky, umožňující sdílení videí musejí být ve vlastnictví státu, to však s výjimkou několika webů, které se už staly vlivnými. Správa poté všechny servery pro sdílení videí zakázala. Po třech nejlivnějších (Tudou.com, 56.com, Youku.com) požadovala několikadenní odstavení z důvodu obsahové inspekce. Úřady vykonávají také přísnou kontrolu nad internetovými kavárnami. Ty by jinak umožňovaly anonymní komunikaci a podporovaly by vytváření sítí mezi občany. O vydávání licencí těmto zařízením se stará Ministerstvo kultury a jeho lokální odnože. A právě ministerstvo svou moc nad kavárnami v posledních letech zvyšovalo. V roce 2003 nařídilo, že internetové kavárny musejí být provozovány jako obchodní řetězce. Od března 2007 bylo pozastaveno vydávání nových licencí (v té době už bylo v provozu 113 000 kaváren), (Dowell, 2006: 111-112; Farell, 2007: 588-589).²²

Údajným hlavním cílem čínské vlády má být omezení pornografie, hazardu a dalších škodlivých praktik. Realita je ovšem taková, že přístup k tomuto obsahu je obecně snadnější přístup k informacím, které se týkají politických a náboženských skupin, porušování lidských práv nebo alternativních zpravodajských zdrojů. Proč tedy čínská vláda cenzuruje internet? Podle Williama Dowela vůdci v Pekingu cítí, že mají důvody k nervozitě. Jejich vláda v průběhu historie jednala ze strachu, že jakékoliv uvolnění ze sevření vlastních občanů by mohlo znamenat ztrátu kontroly nad obrovskou populací, kterou Čína má. Peking to vidí tak, že hlavními prioritami jsou stabilita a předvídatelnost, spíše než tvůrčí rozmanitost. Tento argument není zcela bezdůvodný. Číňané mají bohaté zkušenosti se škodami vyplývajícími z politické anarchie a jistě vědí víc o občanském chaosu než většina Američanů. Je zřejmé, že osobní přežití politických kádrů, kteří se obávají, že nejsou schopni psychicky i fyzicky držet krok s mírovou modernizací, hraje také určitou roli (Dowell, 2006: 114-117).²³ Čínská vláda ale rovněž oznamuje, že země má právo vládnout na internetu podle svých vlastních pravidel uvnitř svých hranic. Vláda internet dokonce nazývá jakousi „krystalizací lidské moudrosti“. Dokonce i vysvětluje, proč občané nemohou mít přístup ke všem „moudrostem“. Tímto důvodem je, že chce omezit škodlivé účinky nelegálních informací na národní bezpečnost, na veřejné zájmy

²² China and the Internet. *Harvard International Review*. Summer 2009, 68-69.

²³ China and the Internet. *Harvard International Review*. Summer 2009, 69-70.

a přirozeně i na děti. I nadále však hodlá upravovat obsah internetu na svém území podle svých vlastních pravidel. Dodává také, že zahraniční osoby a firmy mohou využít internet v Číně, ale musí dodržovat zákony země.²⁴

Málokoho proto překvapí, že nejčastěji jsou cenzurována ta témata, které Komunistická strana Číny považuje jako největší hrozbu pro svoji domácí legitimitu. Mezi taková témata patří například kritika čínských vedoucích představitelů, nezávislá hodnocení úrovně lidských práv v Číně, porušování práv menšin v Tibetu, duchovní skupina Falun Gong, masakr na náměstí Nebeského klidu v roce 1989. Neméně choulostivými tématy jsou pro vládu i disidentské iniciativy oslovující režim na systémové úrovni. Mezi takové aktivity patří například Devět komentářů (mapující historii Komunistické strany Číny bez cenzury a vládní propagandy),²⁵ nebo nedávná Charta 08 (dokument požadující politické reformy a pluralizaci politického spektra v zemi).²⁶ Všechna tato stálá tabu bývají doplněna i dalšími společensky „nebezpečnými“ zprávami a názory, která se týkají jednotlivých událostí. Mezi takové patří například zprávy o chybách při výstavbě domů v okolí zemětřesení v provincii Sichuan, události související s olympijskými hrami, protivládní nepokoje v různých koutech země atp. Širší politicky orientované pojmy jako demokracie, lidská práva a svoboda projevu, jsou předmětem méně rozsáhlé cenzury (Farell, 2007: 587-588).²⁷

Kromě samotné cenzury však vláda používá i komunikační kanály k ovlivňování veřejného mínění, a to s důrazem na podporu nacionalistického cítění. Státem podporovaný deník *The People's Daily* má online fórum nesoucí název „Strong Nation Forum“, což slouží uživatelům k diskuzi o tom, jak se má Čína stát silnějším národem. V roce 2005 se fórum stalo vítaným prostorem pro mnoho anti-japonských příspěvků. Důvodem byl spor o interpretaci válečných zvěstí způsobených Japonci v Číně v japonských učebnicích dějepisu.²⁸

²⁴ China defends internet censorship, dostupné na: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/8727647.stm>, 29.3.2011

²⁵ O devíti komentářích, dostupné na: <http://www.velkaepocha.sk/200603104792/O-Deviti-komentarich.html>, 13.3.2011

²⁶ Charta 2008, dostupné na: <http://denikreferendum.cz/clanek/684-charta-2008>, 13.3.2011

²⁷ China and the Internet. *Harvard International Review*. Summer 2009, 69-70.

²⁸ Google in China Timeline. *International Debates*. April 2010, 21-23.

4.1.1 Nástroje kontroly a propagandy

Kontrolní strategie čínské komunistické strany se skládá ze čtyř odlišných technik: technické filtrování, předpublikační cenzura, postpublikační cenzura a proaktivní manipulace. Zatímco první z nich se zaměřuje především na obsah směřující ven z Číny, zbylé tři se vztahují na obsah vyrobený a vysílaný v Číně. Z velké části omezení přístupu na zahraniční servery probíhá skrze technické filtrování. To je umožněno hlavně díky tomu, že internetový provoz do a z Číny je zajištěn přes centrální operátory. Předpublikační cenzura naopak používá seznamy tabuizovaných témat, které jsou pravidelně aktualizovány vládními orgány. Bývají doprovázeny speciálními instrukcemi o tom, jak zacházet s těmito citlivými informacemi. Zde se pak můžou objevit instrukce o tom, že se daná informace nesmí objevit na významném místě na homepage, v blogu nebo jako komentář na diskusním fóru. U většiny blogů dochází k selekci komentářů většinou od 24 do 48 hodin od jejich zveřejnění do internetového éteru. V krajních případech může docházet i k uzavření celého blogu internetovými providery, jak se tomu už v případě několika známých blogerů stalo. Vzhledem k tomu, že komunikaci pomocí e-mailových zpráv nelze filtrovat na mezinárodních branách, byl na poskytovatele těchto služeb vyvíjen tlak, aby provedli vlastní cenzuru. Tomuto tlaku údajně podlely služby Sohu a QQ. Proaktivní manipulace znamená, že mimo toho také zabraňuje zobrazování určitého obsahu v čínském kyberprostoru, online ovlivňování veřejného mínění ve prospěch čínské vlády, která tak získává možnost interpretovat určité události ze svého úhlu pohledu. Proaktivní manipulace se částečně objevila v reakci na rostoucí důležitost internetu ve formování veřejného mínění. Od roku 2005 jsou najímáni internetový komentátoři, známí také jako „50 Cent Party“ (více v podkapitole Internetoví komentátoři), za účelem uveřejňování provládních poznámek a také za účelem vedení diskuze, která se bude držet oficiální stranické linie. V případě nepokojů v Tibetu v roce 2008 šla cenzura a mazání kritických článků a komentářů ruku v ruce s požadavkem, aby agentura Nová Čína vydávala články, ve kterých bude poskytnuta oficiální verze.²⁹ Čínská vláda také zřídila systém e-governmentu, jehož prostřednictvím se snaží omezit

²⁹ China and the Internet. *Harvard International Review*. Summer 2009, 70-71.

byrokracii a hlavně možnost úplatků. Právě díky posílení transparentnosti například při zadávání veřejných zakázek si Čína slibuje posílení důvěry ve vládu a úředníky. Právě korupce je podle ní hrozbou pro ústřední orgány a brání modernizaci (Kalathil, 2001).

O tom, zda je text cenzurován či ne se čtenář dozví jen stěží. Avšak některé soukromé společnosti čtenáře upozorňují, že obsah byl odstraněn z neupřesnitelných důvodů. Proti rozhodnutí o cenzuře není žádné odvolání. Je známo, že někteří běžní uživatelé a blogeři z důvodu strachu z odplaty cenzurují sami sebe. Těm, kteří porušují směrnice strany o cenzuře, nebo publikují informace o tabuizovaných tématech, hrozí čínská vláda celou řadou sankcí. Jedná se především o tresty finanční, dlouhé tresty odnětí svobody nebo odejmutí oprávnění k podnikání. Proto ústavní záruky o svobodě projevu stojí k této praxi ve velkém kontrastu. V důsledku toho má Čína nejvíce kyberdisidentů na světě. Podle organizace Reportéři bez hranic bylo v Číně za své online aktivity v roce 2008 ve vězení 49 lidí. V Číně je navíc tendence udělovat za tyto přečiny delší tresty než tomu je jinde (pohybují se většinou v rozsahu od tří do deseti let). Zatímco ve většině jiných zemí, kde jsou uvězněni kyberdisidenti, se tresty pohybují od tří měsíců do čtyř let. I když počet odsouzených tvoří jen velmi nepatrné procento z celkového počtu uživatelů internetu, tyto vysoké tresty mají na blogerskou komunitu enormní dopad. Pomáhají totiž vytvářet atmosféru strachu, která sahá daleko za hranice postižené skupiny. Prostor pro anonymní online komunikaci v Číně je velmi omezen a omezení se nadále zvyšují. Zákazníci internetových kaváren jsou povinni při příchodu předložit identifikační průkaz. Samotné kavárny pak musejí mít nainstalovaný software pro monitorování a filtrování uživatelského vyhledávání. V některých městech dokonce došlo k tomu, že bylo nutné v kavárnách nainstalovat kamerové systémy, které přenášejí obraz přímo do kontrolních systémů v místních pobočkách Ministerstva kultury (Farell, 2006: 588-589).³⁰

Navzdory této masivní kontrole se internet pomalu stává hlavním zdrojem zpráv a zároveň i diskusním forem pro mnoho Číňanů, a to zejména pro mladou generaci. A skutečně podle zdrojů z roku 2008 bylo v Číně 162 milionů blogů z toho minimálně 105 milionů blogerů aktualizovalo svou stránku minimálně jednou za šest

³⁰ China and the Internet. *Harvard International Review*. Summer 2009, 71-72.

měsíců.³¹ I tak se tedy čínský kyberprostor stal dynamickým prostředím plným online aukcí, sociálních sítí, domácí huby a videem, či her a její komunitou. V tomto prostoru ale nechybí i konstruktivní diskuze o sociálních a politických otázkách. Projevuje se zde kreativita uživatelů používáním různých kódových slov, či využíváním hvězdiček ve slovech, která by se užívat neměla. Uživatelé slovo cenzura schovávají za slovo „harmonizace“, pro Pekingský masakr v roce 1989 se pak užívá kódové označení „traktory přijíždějí do města“. Mnoho Číňanů je schopno různě obcházet kontrolu vlády. Tito jedinci se pak mohou dostat k více zahraničním zdrojům nežli průměrný občan. Díky tomu pak tito lidé mohou aktivně ovlivňovat veřejné mínění, a to například při internetových online diskuzích. I to však přináší pro čínské uživatele internetu některá úskalí. Ať se jedná o pozitivní či negativní zprávy, mohou být nepřesné nebo dokonce nepravdivé. Ověřitelnost informací je těžko proveditelná, proto se může i stát, že lidé uvěří fámě nebo dezinformaci. Dá se tedy i říci, že některá fóra se stala jakýmsi „trhem s názory“. Diskutující prakticky nabízejí své názory do éteru a do velké míry se logicky přidávají na stranu těch, kteří mají názory stejné nebo alespoň podobné. Právě tato „uskupení“ se poté mohou stát živnou půdou pro ovlivnění veřejného mínění (Harvard International Review, 2008: 72–73).^{32 33}

4.1.2 Blogy a blogeři na čínském internetu

Blogování začalo v čínském kyberprostoru v roce 2002. V srpnu toho roku spustil svou činnost server blogchina.com. Velkou popularitu tehdy blogům přinesl Mu Zimei, který v roce 2003 na svém blogu umístěném na serveru blogcn.com začal nahrávat a zveřejňovat svůj velice aktivní sexuální život s různými muži. I díky tomu se slovo blog stalo nejvyhledávanějším klíčovým slovem na čínských vyhledávačích. V květnu 2004 se konala první konference o online komunikaci (se zvláštním zaměřením na blogy). Ke konci roku 2005 blogerství už nebylo pouze záležitostí pokročilých uživatelů internetu. Jeho popularita rostla a stalo se běžnou složkou života

³¹ Actively Dealing with Challenges from Information Dissemination through the Internet. *Chinascopie*. September/October 2009, 37.

³² Actively Dealing with Challenges from Information Dissemination through the Internet. *Chinascopie*. September/October 2009,

³³ China and the Internet. *Harvard International Review*. Summer 2009, 72-73.

čínského měšťanstva. Rok 2005 je považován za milník v krátké historii blogů v Číně. Nejen díky rychlému růstu blogerů, ale hlavně kvůli dopadu na každodenní společenský život. Blogování se stalo novou internetovou kulturou, což se i projevilo v pozdějším trendu kulturní transformace v Číně (Yu, 2007: 423-428).

Prvním skutečně organizovaným počinem blogerů byl film „A Hard Day’s Night“. Toto padesátiminutové video bylo vytvořeno skupinkou blogerů z Pekingu, kteří se později sešli mimo internetové prostředí a dohodli se, že vytvoří film, ve kterém budou zasměšňovat sebe a svůj vlastní život. To co dělá tento film výjimečným, není jeho obsahová ani technická stránka, nýbrž způsob jakým uživatelé blogů jsou schopni vyrábět a propagovat své vlastní produkty. Blogeri jsou aktivními účastníky při výrobě symbolických hodnot tím, že jsou součástí kultury oběhu. Blogování umožňuje lidem přijímat koordinovaná opatření na základě vzájemné důvěry a podpory. Jejich sdělení a aktivity nemusejí být politické a už vůbec ne konfrontační. Tyto aktivity mohou, díky kreativitě a hrám s audiovizuálním obsahem, pouze poskytovat pouze alternativu čínské společnosti (Yu, 2007: 423-428).

4.1.3 Internetoví komentátoři

První internetoví komentátoři se začali na webu objevovat pravděpodobně někdy kolem roku 2005. Čínská vláda tehdy řešila problém, se kterým se dosud nesešla. Omezování nebo dokonce zablokování některých nepohodlných webů nepředstavovalo pro vládu, díky v té době už vyvinutým a spolehlivým filtrovacím systémům, žádný těžký úkol. Problém ale spočíval především v anonymních diskusních fórech, kde uživatelé mohli místo reálných jmen používat pseudonymy. Kontrola něčeho takového je daleko náročnější, než tomu je díky kontrole pomocí automatických filtrů. Přezdívka, která je pojmenována (50-cent party), vychází z faktu, že komentátoři jsou placeni za každý pozitivní komentář 50 čínskými centy. Takovýto tým vznikl nejprve na úrovních místní správy.³⁴ Jeden z prvních týmů byl vytvořen ve městě Sihuan. Kandidáti na tuto pracovní pozici nebyli vybíráni z řad široké veřejnosti, nýbrž interně. Kandidáti museli poté také projít prověrkou CCPD.

³⁴ „Spin doctors“ guard Chinese government from online criticisms. *Tibetan Review*. 44/2009, 32-33.

Požadavky pro vykonávání této práce nejsou nijak překvapivé. Uchazeč by měl dobře rozumět vládní politice, měl by mít dobrou znalost komunistické ideologie, měl by být politicky spolehlivý a mít solidní technické znalosti, které jsou po komentátorech požadovány. Kromě toho by zájemci měli být familiérní s internetovým prostředím a měli by mít také velký zájem získávat informace z internetu, a pokud možno znát používané technologie. Počátečním školením a získáním závěrečného certifikátu však vzdělávací proces komentátorů nekončí. Komentátoři dále procházejí školením CCPD. Učební plán zahrnuje marxistické doktríny o zpravodajství, propagandistické strategie a politiky Čínské komunistické strany, znalost internetové zpravodajské propagandy a stav vývoje domácích a zahraničních internetových médií. Komentátoři na první pohled působí jako běžní uživatelé internetu. Pokud nejde o citlivé důležitá témata nebo jiné mimořádné situace, tak mají komentátoři zakázáno odhalovat svoji pravou identitu.³⁵ Podle vládního dokumentu vydaného ve městě Jiazuo v provincii Che-nan, metoda použití internetových komentátorů funguje k vytváření lepšího PR. V textu je vyobrazen příběh občana, který začal psát na web nepříznivé komentáře o policii poté, co byl potrestán za dopravní přestupek. Do 10 minut se do diskuse zapojilo 120 vládních komentátorů, kteří se snažili pomocí svých příspěvků elegantně obrátit debatu. Po dvaceti minutách většina diskutujících podporovala policii a začala odsuzovat stěžujícího.³⁶

4.1.4 Baidu³⁷

Nejpoužívanějším internetovým vyhledávačem v Číně je vyhledávač Baidu. Společnost má na čínském internetovém trhu 73% podíl a dokonce patří celosvětově mezi 5 největších firem s tržním kapitálem (okolo 38,3 miliard dolarů). Dle Gene Munstera, analytika společnosti Piper Jaffray, se ziskovost firmy zvětšuje exponenciálně společně s růstem internetových uživatelů v Číně. Firma se navíc může těšit široké vládní podpoře, což Jaffray dokonce označuje za v podstatě státem podporovaný monopol. Od ledna 2010, kdy Google oznámil napadení svých serverů

³⁵ Internet Commentators. *Chinascopie*. June 2005, 39-43.

³⁶ „Spin doctors“ guard Chinese government from online criticisms. *Tibetan Review*. 44/2009, 32-33.

³⁷ <http://www.baidu.com/>, 29.3.2011

hackery (s největší pravděpodobností z Číny) a pohrozil odchodem z čínského trhu, stouply akcie Baidu více než dvojnásobně (Stone-Einhorn, 2010).³⁸

Společnost byla založena v roce 2000 Robinem Li a Ericem Xu a je zaregistrována na Kajmanských ostrovech. Název společnosti je inspirován básní napsanou za vlády dynastie Songa. V přeneseném významu slovo Baidu znamená stokrát a má představovat jakési trvalé hledání ideálu.³⁹ Baidu nabízí 57 vyhledávacích a komunitních služeb.⁴⁰

29. dubna 2009 byl na serveru China Digital Times zveřejněn článek, jehož autor získal interní informace z oddělení pro cenzuru společnosti Baidu. Článek byl uveřejněn z větší části v čínštině a některé jeho části byly přeloženy na webech některých blogerů.⁴¹ Část uniklých informací je i permanentně k dispozici na serveru Wikileaks.⁴² Zde se nacházejí seznamy zakázaných slov a odkazů na stránky. Uživatel si dokumenty může stáhnout přes torrent a největší funkčnost byla přes mirror wikileaks.ch. Komprimované složky obsahovaly jména zaměstnanců, jejich pracovní záznamy, seznamy firemních kontaktů, pokyny pro cenzuru, operační instrukce, zvláštní seznamy témat a slov, které mají být ve vyhledávači cenzurovány či blokovány, pokyny jak vyhledávat informace, které jsou zakázány a další interní informace od listopadu 2008 do března 2009. Černá listina čítá (nebo svého času čítala) 798 odkazů, z nichž většina jsou novinové články a příspěvky na diskusních fórech na domácích nebo zahraničních stránkách. Počet blokových adres není samo o sobě velké číslo. Existují i demokratické státy s vyšším počtem blokových webů. Do celkového čísla se však nepromítá blokace velkého počtu pornografických adres. Mnohem zajímavější je ale dlouhý seznam citlivých klíčových slov. Výskyt vybraného zakázaného pojmu na některém z blogů neprodleně spouští proces ruční kontroly ze strany zaměstnanců Baidu (zajímavý je rovněž fakt, že jména těchto zaměstnanců jsou dostupná na jiném

³⁸ Kaiser Kuo z Čínského Baidu o boji proti Google, dostupné na: <http://www.lupa.cz/clanky/kaiser-kuo-z-cinskeho-baidu-o-boji-proti-google/>, 5.4.2011

³⁹ Investor FAQs, dostupné na: <http://ir.baidu.com/phoenix.zhtml?c=188488&p=irol-faq>, 12.3.2011

⁴⁰ Baidu.com, Inc., dostupné na: <http://www.cnanalyst.com/baidu.html>, 12.3.2011

⁴¹ Baidu's Internal Monitoring and Censorship Dokument Leaked, dostupné na: <http://chinadigitaltimes.net/2009/04/baidus-internal-monitoring-and-censorship-document-leaked/>, 23.3.2011

⁴² China: censorship keywords, policies and blacklist for leading search engine Baidu, 2006-2010, dostupné na: http://mirror.wikileaks.info/wiki/Chinese_media_control_and_censorship_log_covering_Olympics%2C_Apr-Aug_2008/index.html, 23.3.2011

z uniklých dokumentů). Zatímco některé pojmy znemožňují přístup k informacím o konkrétní události (například pojem „Náměstí Nebeského klidu“), jiné pojmy jsou obecnější.⁴³

Důvodů, proč Baidu uspělo v souboji s Googlem, je několik. Ačkoliv se může zdát, že to je především díky vládní podpoře a delšímu působení na čínském internetovém trhu, někteří analytici tento názor nesdílejí a naopak tvrdí, že za neúspěch si Google může sám. Jedním z nich je i Tony D'Altorio, který tvrdí, že to, co investoři a Businessmani Googlu vyčítají je, že si za několik let nezjistil ani ty nezákladnější informace o jeho konkurenci, tedy především o vyhledávači Baidu. Z velké části prý ignoroval stahování hudby zdarma. Což je prvek, který čirou náhodou dělal až do loňského roku Baidu velmi populárním. Google nepřišel se změnami a místo toho, aby se on přizpůsobil Číně, čekal, že se Čína přizpůsobí jemu. Což ovšem se v případě konkurence v podobě zaběhlého vyhledávače Baidu dalo předpokládat. Problémem je také skutečnost, že se do původního okna vyhledávače (který známe z české nebo americké verze googlu) příliš nehodí čínské znaky. Stejně tak google neodhadl čínské uživatele, kteří narozdíl od těch amerických či evropských tráví většinu času online zábavou. Číňané navíc neradi píší. Což je dáno pravděpodobně povahou jejich jazyka, který obsahuje tisíce různých znaků. Uživatelé se tedy raději pohybují pomocí myši. Uživatelé se zaměřili spíše na blogy, které vytvořili jiní spotřebitelé a dávají tam doporučení, co je dobré si koupit. Hlavně ale proto, že důvěřují „slovům z úst“ mnohem více než do očí bijící reklamní kampani.⁴⁴

4.1.5 Hudong⁴⁵

Hudong je největší čínskou wiki encyklopedií a zároveň i největší čínskou online encyklopedií. Podle zdrojů z roku 2009 obsahoval Hudong téměř 4 miliony článků od téměř 2 milionů uživatelů.⁴⁶ Encyklopedie byla založena v roce 2005 týmem pod vedením doktora Pan Haidonga. Vývojářský tým se soustředil na co největší

⁴³ What China is Censoring This Week, dostupné na: <http://jonathanstray.com/what-china-is-censoring-this-week>, 23.3.2011

⁴⁴ The Number One Reason Why Google Failed In China... And It's A Big One, dostupné na: <http://www.investimentu.com/2010/January/google-fails-in-china.html>, 29.3.2011

⁴⁵ <http://www.hudong.com/>, 29.3.2011

⁴⁶ How Hudong Thumped Wikipedia in China, dostupné na: <http://thenextweb.com/asia/2009/11/24/hudong-thumped-wikipedia-china/>, 23.3.2011

přizpůsobení wiki systému čínskému uživateli. Hudong svým uživatelům nabízí jiné aplikace než tomu je například u wikipedie. Vývojáři se zaměřili i na zábavnost svého produktu a uživatelům nabízí tvorbu vlastního blogu, webových stránek nebo dokonce i vlastní sociální sítě. I když je tento zdroj informací v Číně populární, tak přístup uživatelů k tomuto médiu možná není zcela v souladu s představami zakladatelů. Čínští uživatelé jsou stále zdráhaví přidávat obsah a v něm se i často objevují chyby. Statistiky ukazují, že 50 % obsahu Hudongu je od příspěvků obyvatel Hong Kongu a Taiwanu.⁴⁷ Krom toho, že Hudong se stal jedničkou v Číně, usiluje také o expanzi do zahraničí a to především do severní Ameriky.⁴⁸

4.1.6 Blokace Wikipedie v Číně

Čínská wikipedie byla založena v roce 2001, avšak zpočátku nepodporovala čínské znaky. Tato inovace přišla až v roce 2002. První blokace přišly v letech 2004, 2005 a 2006. K dosud poslednímu regulárnímu odstavení přístupu na tento web došlo v roce 2007. K těmto akcím se Čína uchýlila především ve spojitosti s tím, že verze některých událostí nebo politických názorů vyjádřených na wikipedii nejsou nutně v souladu s verzemi a názory čínské vlády. Tato blokace pravděpodobně souvisela s nadcházejícím sjezdem čínské komunistické strany.⁴⁹ Stránka byla opět odblokována v roce 2008 v souvislosti s nadcházejícími olympijskými hrami.⁵⁰

4.1.7 Google a Čína

První blokace googlu nastala v čínském internetovém prostředí v září roku 2002. Uživatelům byl tehdy odepřen přístup po dobu dvou týdnů. Zajímavou věcí je, že společnost Google odkoupila v červnu 2004 menšinový podíl ve společnosti Baidu. Tento podíl však v červnu 2006 prodala a soustředila pouze na své podnikání v rámci Číny. V září 2004 pak poprvé firma podléhá tlaku čínské vlády a ve vyhledávacím enginu

⁴⁷ Hudong: Homegrown Wiki, dostupné na: <http://china.bvcapital.com/?p=77>, 23.3.2011

⁴⁸ Hudong.com Confirms Expansion into Overseas Market, Invading Wikipedia's territory, dostupné na: <http://www.sys-con.com/node/1184616>, 23.3.2011

⁴⁹ Wikipedia Blocked i China again, dostupné na: http://www.pcworld.com/article/136879/wikipedia_blocked_in_china_again.html, 23.3.2011

⁵⁰ China uncensors Wikipedia, dostupné na: <http://www.theinquirer.net/inquirer/news/1029579/china-uncensors-wikipedia>, 23.3.2011

se přestává zobrazovat hrstka vládou zakázaných webů. Google tvrdil, že tomu tak bylo pouze z technických důvodů. V lednu 2006 společnost spouští server Google.cn, což je čínská verze vyhledávače, která cenzuruje výsledky vyhledávání na základě čínských zákonů. Za to se na Google (ale mimo jiné i na Yahoo, Microsoft a Cisco Systems) spustila mohutná kritika. Zlom pak ale nastal v lednu 2010. Google tehdy obvinil čínskou vládu z kybernetického útoku na jeho servery a z krádeže intelektuálního vlastnictví Googlu. Krátce po tomto útoku, proto pohrozil odchodem z čínského trhu. Několik měsíců po těchto událostech se firma Google rozhodla pro další nepodporování čínské cenzury a z trhu se začala stahovat. V současné době cenzurovaný server google.cn je stále v provozu, ale uživatelé jsou přesměrováni na server google.com.hk, který sídlí v Hong Kongu a je necenzurovaný a nabízí vyhledávání klasickými algoritmy (Ford, 2010).^{51 52}

4.2 Reflexe čínské cenzury dle organizací Amnesty international a Reportéři bez hranic

I přestože internet má potenciál překračovat hranice států a rozšiřovat informace bez ohledu na hranice, ale také znamená, že internet je rovněž předmětem úsilí některých vlád omezovat svobody, které poskytuje pomocí omezování práv na soukromí, svobodu projevu a svobodu informací. Internet se sám o sobě může stát represivním nástrojem, pokud toho vlády dokáží dostatečně využít k omezení svobod a základních práv svých občanů. Taková omezení mohou ovlivňovat nejen občany příslušné země, ale i ty, kteří se o zemi snaží rozšiřovat a přijímat informace. Mezinárodní standardy určují, v jakých případech je cenzura přípustná. Jedná se však pouze o několik málo případů. Jedním z nich je například dětská pornografie.

Zatímco využívání informačních a komunikačních technologií za účelem potlačení disentu byl dokumentován v mnoha zemích, je to právě Čína, která vyvolala největší mezinárodní zájem veřejnosti a politiků. Což je způsobeno z části proto, že její internetový represivní aparát je považován za nejvyspělejší na světě a také z části

⁵¹ Google in China Timeline. *International Debates*. April 2010, 21-23.

⁵² Google, China in Internet Scuffle. *Information Management*. 2/44, 6.

proto, že mnoho dalších internetových gigantů je s Čínou ochotno spolupracovat na vývoji velkého internetového trhu.

Amnesty international je velmi znepokojena opatřeními přijatými čínskými orgány k omezení šíření informací a represemi, kterým jsou vystaveni jednotlivci a skupiny, jenž se rozhodnou pokojně uplatnit své zákonné právo na vyjádření nesouhlasu. Sofistikované technologie, které umožňují filtrovat obsah internetu, byly vyvinuty převážně zahraničními společnostmi. Tento všudypřítomný filtrovací systém nežádoucích informací je efektivní také z toho důvodu, že zde není k dispozici transparentní a spravedlivý proces. Lidé nemají žádné prostředky, pomocí kterých by se mohli odvolat proti zablokování stránky. Není ani jasně vymezeno, která slova a fráze jsou zakázaná, ani jakým způsobem se rozhoduje o zákazu určitých témat.^{53 54}

Obě organizace přicházejí s fakty, které jsem už v předchozí části textu zmiňoval. Hlavním trnem v oku (kromě samotné cenzury) je pro ně skutečnost, že Čína má největší počet uvězněných novinářů, blogerů a kyberdisidentů na světě. Většina z přibližně stovky vězňů byla odsouzena k dlouhým letům odnětí svobody za trestné činy podvracení republiky nebo prozrazení státního tajemství. Podle nich místní orgány nestojí o špatnou reklamu, kterou jim novináři dělají díky psaním článků o korupci a protekcích. Proto vláda pokračuje i nadále v zatýkání těchto osob.

Dle zprávy organizace Reportéři bez hranic vynakládá čínská vláda masivní finanční prostředky pro kontrolu nad zpravodajstvím. Většina mezinárodních programů v čínštině, tibetštině a ujgurštině je blokována pomocí stovek antén umístěných po celé zemi. Stejně tak shledává blokovány i tisíce dalších webových stránek, které jsou pod kontrolou kyberpolicie. Zatímco vláda posiluje svoji propagandu pomocí vynakládání velkého množství prostředků velkému počtu oficiálních médií, a to zejména agentuře Nová Čína a televizi CCTV. Nicméně důvěryhodnost těchto médií byla velmi podkopána ve chvíli, kdy byl cenzurován inaugurační projev prezidenta Baracka Obamy, v okamžiku, kdy se zmínil o podpoře pro disidenty.

⁵³ Censorship in China, dostupné na: <http://www.amnestyusa.org/business-and-human-rights/technology/page.do?id=1101572>, 5.4.2011

⁵⁴ Amnesty international: 2006. Undermining freedom of expression in China. Amnesty internationala UK: London, 16-17.

Během olympijských her se cenzura zaměřila také především na skandál s mlékem kontaminovaným melaminem. Organizace si klade otázku, kolik dětí by bylo bývalo zachráněno, kdyby bylo tisku umožněno o této události informovat veřejnost? Stejně tak je i znepokojuje fakt, že každé médium pro svoji činnost musí získat licenci. Novináři byli nuceni ignorovat hlasy disidentů v předvečer 20. výročí událostí na Náměstí Nebeského klidu a 60. výročí založení Čínské lidové republiky. Ze stejného důvodu bylo dokonce i několik zahraničních novinářů zatčeno nebo jinak obtěžováno. Úřady také investovaly finanční prostředky do propagandy ve spojení s úsilím o modernizaci médií, ale vždy v zájmu komunistické stranické linie.

Tvrdý zákrok se také odehrál proti Tibeťanům, kteří se snažili dostat do zahraničí záběry ukazující násilí ze strany bezpečnostních sil. Desítky těchto lidí byly zadrženy, někteří z nich byli odsouzeni dokonce k doživotním trestům odnětí svobody pro zasílání informací do zahraničí nebo za snahy poskytovat zprávy lišící se od stranické linie. Organizace ale naopak uznává, že internet přeci jen poskytuje svobodnější prostředí a to především díky blogerům. Zahraničnímu tisku je povolena svoboda pohybu a rozboru práv (což považuje za jeden z mála úspěchů olympijských her), ale pokud se žurnalisté zajímají o citlivá témata jako je Tibet, disidenti nebo epidemie AIDS, pak se jejich svoboda omezuje a dokonce se mohou stát i terčem násilí. Organizace The Foreign Corresponders Club of China zasmenala 178 případů narušování činnosti zahraničních médií v roce 2008 a 63 případů bylo v době konání olympijských her.⁵⁵ Podle světového indexu svobody tisku z roku 2010 (který organizace každoročně sestavuje) se Čína nachází na 171. místě z celkových 178 hodnocených zemí.⁵⁶

⁵⁵ Report China, dostupné na: <http://en.rsfs.org/report-china,57.html>, 5.4.2011

⁵⁶ Press freedom index 2010, dostupné na: <http://en.rsfs.org/press-freedom-index-2010,1034.html>, 5.4.2011

5 Závěr

Internet se během uplynulých deseti let stal v Číně díky obrovskému rozvoji a modernizaci médiem, které výrazně promlouvá do života běžných občanů. Lidé si na něj rychle zvykli a jsou ochotni na něm trávit spoustu času. Ačkoliv se toto médium zpočátku v Čínské lidově demokratické republice rozvíjelo pomaleji, na začátku nového milénia se projevíly investice do příslušné infrastruktury a rozvoj se výrazně urychlil. To také nezůstalo bez povšimnutí u zahraničních společností, které se rozhodly tohoto potenciálu využít. Od samého začátku se čínská vláda snažila prosadit kontrolu nad internetovým prostředím a využívat ho i pokud možno ve svůj prospěch. Sami uživatelé však brzy poznali, že právě internet poskytuje svobodnější prostředí než klasická média či komunikační prostředky.

Co se týče struktury mé práce, nepodařilo se mi dle mého názoru první hypotézu zcela potvrdit, ani vyvrátit. Během výzkumu jsem narazil na celou řadu prvků a mechanismů, které čínský internet kontrolují a cenzurují. V tomto procesu je nejvíce zainteresován Státní správa pro rozhlas, film a televizi, Ministerstvo státní bezpečnosti, Ministerstvo národní bezpečnosti a Ministerstvo informačního průmyslu. O filtraci nežádoucích komentářů se starají jak automatické systémy, tak i lidé. V tomto smyslu je pro vládu důležitý vyhledávač Baidu, který má oproti jiným výsadní postavení. Díky tomu je Peking schopný cenzurovat už samotné vyhledávání nežádoucích slov. Nástroje pro aktivní vykonávání propagandy a masové ovlivňování společnosti jsem ovšem také shledal. Takovými prvky jsou například Strong National Forum, provládní blogeri nebo internetoví komentátoři, kteří jsou touto prací zaměstnáni skutečně na plný úvazek a před přijetím do služby procházejí důkladným školením. Pro používání aktivní propagandy se dá považovat i snaha posílením transparentnosti pomocí prvků e-governmentu. V celkovém pohledu tedy pro potvrzení hypotézy mluví zejména některé aktivní části propagandy a hlavně neobyčejná snaha ze strany vlády mít internet pod kontrolou. Strach uživatelů z represí pak dokonce vede i k jisté sebecenzuře. Na druhou stranu však jsou zejména pokročilejší uživatelé schopni obcházet firewally a najít si na internetu informace, které skutečně potřebují. Ti méně pokročilí zase používají „kódový jazyk“, aby automatické systémy nemohly cenzurovat jejich komentáře. To vše pak vede k uvažování nad tím, že byť je internet v Číně

kontrolován jako v žádné jiné zemi světa, tak i přesto lze (ovšem s větší či menší mírou rizika) své názory publikovat a hovořit s jinými uživateli o „zakázaných tématech“. Nevládní organizace jako Amnesty International nebo Reportéři bez hranic jsou situací na čínském internetu přinejmenším velmi znepokojeny. To jasně potvrzují některé oficiální zprávy nebo index svobody tisku, kde se za Čínskou lidově demokratickou republikou nachází už pouze 7 dalších zemí světa.

Do budoucna by se tedy na základě těchto závěrů dalo předpokládat, že internet bude rozhodně tím nejsvobodnějším médiem v zemi. Zda-li však bude mít vliv na demokratizaci Číny, je přinejmenším sporné. V tomto ohledu bude záležet na několika faktorech, které se vzájemně ovlivňují. Prvním z nich je ochota čínské vlády i nadále vynakládat velké finanční i lidské prostředky na kontrolu internetu. Druhým faktorem je ochota zahraničních firem vstupovat na čínský internet a tím pádem i nechat podléhat své služby vládní cenzuře. Na tyto firmy je pak z různých směrů vyvíjen mezinárodní tlak, který může ovlivnit nejen jejich pověst, ale částečně i jejich zisky na jiných trzích. Třetím činitelem, který může v budoucnosti čínský internet ovlivnit, jsou jeho samotní uživatelé. Jejich odvaha a schopnosti mohou pro stovky tisíc dalších uživatelů znamenat minimálně krátkodobou dostupnost informací, které by byly jinak nedostupné.

6 Seznam použitých zkratk

BBS - Bulletin Board Systém

CCPPD - Chinese Communist party propaganda department

CCP – Chinese Communist party

CLGPIW - Central Leading Group on Propaganda and Ideological Work

GAAP - General Administration of Press and Publications

GPD - People's Liberation Army General Political Department

IRC - Internet Relay Chat

IRD - Information Research Department

TCP/IP - Transmission Control Protocol over Internet Protocol

MII - The Ministry of Information Industry

MPS - Ministry of Public Security

MSS - Ministry of State Security

SCIO - State Council Information Office

7 Seznam použitých pramenů, literatury a internetových zdrojů

Actively Dealing with Challenges from Information Dissemination through the Internet. *Chinascopie*. September/October 2009, 36-40.

Amnesty international: 2006. Undermining freedom of expression in China. Amnesty international UK: London, 16-17.

Brady, Anne-Marie – Juntao, Wang: 2009. China's Strengthened New Order and the Role of Propaganda. *Journal of Contemporary China*. 18/62, 767-788.

Burton, Graeme – Jiráček, Jan: 2001. *Úvod do studia médií*. Barrister & Principal: Brno, 140-147.

Clark, Duncan – Harwit, Eric: 2001. Shaping The Internet in China. *Asian Survey*. 3/41, 382-387.

Cull, Nicolas: 2008. The Public Diplomacy of the Modern Olympic Games and China's Soft Power Strategy. In: Dayan, David – Price, Monroe. *Owning the Olympics*. The University of Michigan Press, 117-138.

Cull, Nicolas: 2003. Public diplomacy. In: Culbert, David – Cull, Nicholas – Welch, David. *Propaganda and Mass Persuasion*. ABC-CLIO: Santa Barbara, 327.

Čábelová, Lenka: 2004a. Manipulace. In: Reifová, Irena (ed). *Slovník mediální komunikace*. Portál: Praha, 127.

Čábelová, Lenka: 2004b. Propaganda. In: Reifová, Irena (ed). *Slovník mediální komunikace*. Portál: Praha, 192-194.

Dinnie, Keith – Lio, Ada: 2010. Enhancing China's image in Japan. *Place Branding & Public diplomacy*. 6/3, 198-206.

Dowell, William: 2006. The Internet, Censorship, and China. *Georgetown Journal of International Affairs*. 1/7, 111-118.

Farell, Kristen: 2007. Big Mammas are Warching. *Michigan State Journal of International Law*. 15/1, 577-605.

Ford, Peter: 2010. Google vs. China: Google draws line at censorship in prize market. *Christian Science Monitor*. 1/13.

Ftorek, Josef: 2010. *Public relations a politika*. Garda Publishing: Havlíčkův Brod, 41-53.

Google, China in Internet Scuffle. *Information Management*. 2/44, 6.

Google in China Timeline. *International Debates*. April 2010, 21-23.

China and the Internet. *International Debates*. April 2010.

China and the Internet. *Harvard International Review*. Summer 2009, 68-73.

Ilowiecki, Maciej – Žantovský, Michael: 2008. *Manipulace v médiích*. Univerzita Jana Amose Komenského: Praha, 17.

Internet Commentators. *Chinascop*. June 2005, 39-43.

Internet history from ARPANET to Broadband. *Congressional Digest*. February 2007, 35-64.

Jianping, Ni: 2008. The Beijing Olympics and China's National Image Building. Shanghai Institute of American Studies (nepublikovaný text). Hong Kong, 1-2.

Jin, Ha: 2008. The Censor in The Mirror. *American Scholar*. 77/4, 3-5.

Jiráček, Jan – Köpplová, Barbara: 2003. *Média a společnost*. Portál: Praha, 157.

Juyan, Zhang: 2008. Making sense of the changes in China's public diplomacy. *Place Branding & Public diplomacy*. 4/4, 303-316.

Kalathil, Shanthi: 2001. The Internet and state control in authoritarian regimes: China, Cuba and the counterrevolution. *First Monday*. 8/6.

Končelík, Jakub: 2004. Cenzura. In: Reifová, Irena (ed). *Slovník mediální komunikace*. Portál: Praha, 26-30.

Krejčí, Oskar: 2004. *Politická psychologie*. Ekopress: Praha.

Kubát, Michal: 2007. Politické režimy. In: Cabada, Ladislav – Kubát, Michal. *Úvod do studia politické vědy*. Aleš Čeněk: Plzeň, 185-200.

Manovich, Lev: 2001. *The Language of New Media*. Massachusetts Institute of Technology: London: 27-48.

Mrkvička, Tomáš: 2004a. Média nová. In: Reifová, Irena (ed). *Slovník mediální komunikace*. Portál: Praha, 134-135.

Mrkvička, Tomáš: 2004b. Internet. In: Reifová, Irena (ed). *Slovník mediální komunikace*. Portál: Praha, 94.

Musil, Josef: 2003. *Elektronická média v informační společnosti*. Votobia: Praha, 158-174.

Peterková, Jana: 2008. *Veřejná diplomacie*. Aleš Čeněk: Plzeň, 8-13.

Petráček, Věra – Kraus, Jiří a kol.: 2001. *Akademický slovník cizích slov*. Academia Praha: Praha: 719.

Shambaugh, David: 2007. China's propaganda system: institutions, processes and efficacy. *The China Journal*. 57/2007, 25-45.

„Spin doctors“ guard Chinese government from online criticisms. *Tibetan Review*. 44/2009, 32-33.

Stone, Brad – Einhorn, Bruce: 2010. How Baidu won China. *Bloomberg Businessweek*. 4204/2010.

Tuke, Victoria: 2008. *China's public diplomacy in the run up to the 2008 Beijing olympics* (diplomová práce). The University of Warwick: Warwick.

Taylor, Philip: 2003. *Munitions of the mind*. Manchester University Press: Manchester, 11-12.

Welch, David: 2003a. Propaganda, definitions of. In: Culbert, David – Cull, Nicholas – Welch, David. *Propaganda and Mass Persuasion*. ABC-CLIO:Santa Barbara, 317-323.

Welch, David: 2003b. White Propaganda, definitions of. In: Culbert, David – Cull, Nicholas – Welch, David. *Propaganda and Mass Persuasion*. ABC-CLIO:Santa Barbara, 425-426.

Welch, David: 2003c. Grey propaganda. In: Culbert, David – Cull, Nicholas – Welch, David. *Propaganda and Mass Persuasion*. ABC-CLIO:Santa Barbara, 152.

Welch, David: 2003d. Black propaganda. In: Culbert, David – Cull, Nicholas – Welch, David. *Propaganda and Mass Persuasion*. ABC-CLIO:Santa Barbara, 41-42.

Welch, David: 2003e. White Censorship. In: Culbert, David – Cull, Nicholas – Welch, David. *Propaganda and Mass Persuasion*. ABC-CLIO:Santa Barbara, 70-72.

Yu, Haiqing: 2007. Blogging Everyday Life in Chinese Internet Culture. *Asian Studies Review*. 37/2007, 423-428.

Xin, Xi: 2008. Research Into Chinese Media Organizations. *Javnost-The Public*. 15/2008, 42-43.

Baidu.com, Inc., dostupné na: <http://www.cnanalyst.com/baidu.html>

Baidu's Internal Monitoring and Censorship Dokument Leaked, dostupné na: <http://chinadigitaltimes.net/2009/04/baidus-internal-monitoring-and-censorship-document-leaked/>

Censorship in China, dostupné na: <http://www.amnestyusa.org/business-and-human-rights/technology/page.do?id=1101572>

Computer Information Network and Internet Security, Protection and Management Regulations, dostupné na: http://newmedia.cityu.edu.hk/cyberlaw/gp3/pdf/law_security.pdf

General Administration of Press and Publications, dostupné na: http://www1.chinaculture.org/library/2008-01/16/content_127444.htm
<http://www.gapp.gov.cn/cms/html/21/index.html>
<http://cpc.people.com.cn/GB/64114/75332/>
<http://www.cnii.com.cn/>
<http://english.news.cn/>
<http://www.hudong.com/>
<http://www.baidu.com/>

How Hudong Thumped Wikipedia in China, dostupné na: <http://thenextweb.com/asia/2009/11/24/hudong-thumped-wikipedia-china/>

Hudong.com Confirms Expansion into Overseas Market, Invading Wikipedia's territory, dostupné na: <http://www.sys-con.com/node/1184616>

Hudong: Homegrown Wiki, dostupné na: <http://china.bvcapital.com/?p=77>

Charta 2008, dostupné na: <http://denikreferendum.cz/clanek/684-charta-2008>

China: censorship keywords, policies and blacklist for leading search engine Baidu, 2006-2010, dostupné na: http://mirror.wikileaks.info/wiki/Chinese_media_control_and_censorship_log_covering_Olympics%2C_Apr-Aug_2008/index.html

China's Internet rarely links to foreign websites dostupné na: <http://www.thomascrampton.com/media/chinas-internet-rarely-links-to-foreign-websites/>

China uncensors Wikipedia, dostupné na: <http://www.theinquirer.net/inquirer/news/1029579/china-uncensors-wikipedia>

China defends internet censorship, dostupné na: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/8727647.stm>

Investor FAQs, dostupné na: <http://ir.baidu.com/phoenix.zhtml?c=188488&p=irol-faq>

Internet Censorship in China, dostupné na: http://topics.nytimes.com/topics/news/international/countriesandterritories/china/internet_censorship/index.html

Kaiser Kuo z Čínského Baidu o boji proti Google, dostupné na: <http://www.lupa.cz/clanky/kaiser-kuo-z-cinskeho-baidu-o-boji-proti-google/>

O devíti komentářích, dostupné na: <http://www.velkaepocha.sk/200603104792/O-Deviti-komentarich.html>

Press freedom index 2010, dostupné na: <http://en.rsf.org/press-freedom-index-2010,1034.html>

Public diplomacy, dostupné na: www.publicdiplomacy.org

Quihui, Gao: 2010. *China internet population hits 420m*. China daily 15. 7. 2010, dostupné na: http://www.chinadaily.com.cn/china/2010-07/15/content_10112957.htm, 6. 3. 2011.

Report China, dostupné na: <http://en.rsf.org/report-china,57.html>

The Number One Reason Why Google Failed In China... And It's A Big One, dostupné na: <http://www.investментu.com/2010/January/google-fails-in-china.html>

What China is Censoring This Week, dostupné na: <http://jonathanstray.com/what-china-is-censoring-this-week>

Wikipedia Blocked i China again, dostupné na: <http://www.pcworld.com/article/136879/wikipedia-blocked-in-china-again.html>

8 Resumé

The work is a case study of practices and mechanisms of propaganda and censorship on the Chinese Internet. The theoretical part consists of clasification of terms used in the empirical part. Most space is devoted to the concept of propaganda and the tools and practices. The empirical part is composed of two parts. The first one is devoted to the study of institutions figuring in the system of chinese propaganda. The second part contains and analysis of control and propaganda instruments in the china's internet environment.