

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta filozofická

Bakalářská práce

2023

Ondřej Prágr

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

**Vztah NATO – Rusko: Konstrukce obrazů (ne)přátel
na příkladu ruské invaze na Ukrajinu**

Ondřej Prágr

Plzeň 2023

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta filozofická
Katedra politologie a mezinárodních vztahů
Studijní program Politologie
Studijní obor Mezinárodní vztahy – teritoriální studia

Bakalářská práce

**Vztah NATO – Rusko: Konstrukce obrazů (ne)přátel
na příkladu ruské invaze na Ukrajinu**

Ondřej Prágr

Vedoucí práce:

PhDr. Petr Krčál, Ph.D.

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2023

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

Plzeň, duben 2023

.....

Poděkování

Rád bych poděkoval PhDr. Petrovi Krčálovi, Ph.D. za odborné vedení, ochotu, cenné rady a především strávený čas, který mi věnoval při zpracování této bakalářské práce. Velké díky patří také mé rodině, mé přítelkyni a nejbližším, kteří mi byli po celou dobu studia a psaní této práce velkou oporou.

Obsah

1	Úvod.....	1
2	Teoretický rámec a vymezení pojmů.....	4
2.1	Propaganda.....	4
2.2	Konstrukce nepřítele	6
2.2.1	Nepřítel optikou Ruska	8
2.3	Ruská média	9
2.3.1	Ruská rétorika	11
2.4	Kritéria k analytické části.....	12
3	Metodologický rámec a datový korpus.....	14
3.1	Datový korpus	16
4	Obsahová analýza	17
4.1	Zjištění z obsahové analýzy	21
5	Závěr	28
	Seznam literatury a použitých zdrojů:	30
	Resumé.....	34

1 Úvod

Tato bakalářská práce bude zaměřena na problematiku konstruování obrazu nepřátel a analýzu propagandistických strategií Ruské federace ve vztahu k NATO. Konkrétně budou v práci posuzovány výroky se vztahem ke konfliktu na Ukrajině, kterými se Kreml snaží svoje kroky v této válce legitimizovat. Rusko samotné rámuje Severoatlantickou alianci a členské západní země jako dlouhodobého metaforického nepřítele, proti kterému je potřeba se v co největší míře vymezit. V práci bude dále představeno, co samotná konstrukce nepřítele představuje, jaké kroky jsou při ní podnikány a na základě čeho ji aktéři mohou určovat. V rovině vztahu mezi Ruskem a západními zeměmi se bude jednat především o nepřátelství založené na úrovni historických zkušeností a rozdílnosti politického směřování. Významnou propagandistickou studií v konstruování nepřítele a ovlivňování masových médií provedl James A. C. Brown ve své knize *Techniques of Persuasion: From Propaganda to Brainwashing* (Brown 1963). Tato publikace přibližuje několik forem, kterými je možné ovlivňovat veřejné mínění. Mezi tyto formy můžeme zařadit například propagandistickou komunikaci, vytváření a měnění společenských přístupů, politickou propagandu a její ovlivňování prostřednictvím masových médií (Brown 1963). Autor v publikaci vysvětluje, proč je nezbytnou strategií i vytvoření společného nepřítele, díky kterému se nejlépe daří sjednotit názor společnosti. Nicméně tato teorie může být nyní zpochybněna s tvrzeními, že se v době vydání knihy jednalo převážně o mediální ovlivňování prostřednictvím televize, novin a rádií. Aktuální situace s obrovským spektrem sociálních sítí a samotné rychlosti šíření informací je dnes velmi rozdílná. Další důležitou publikací k tomuto tématu je kniha *Propaganda & Persuasion* od autorů Gartha S. Jowetta a Victorie O'Donnel (Jowett, O'Donnel 2014). Autoři se v této publikaci zaměřují na psychologické prvky propagandy, které jsou velmi často aplikovány na společnost. Zároveň zde podrobně popisují vytváření a percepce nepřítele, což je stěžejním výzkumným bodem této práce.

Toto konkrétní téma jsem si zvolil, jelikož ho považuji za věc velmi aktuální a zároveň ovlivňující naše denní životy. Práce by zároveň měla být informačním přínosem především ve snaze o poskytnutí faktů k tomu, jak Rusko vytváří obraz NATO jako bezpečnostní hrozby v kontextu aktuální ukrajinské krize. Dále bude zmíněno, jakými konkrétními pojmy ruská média nepřítele konstruují a jaký potenciální dopad tato

označení mají na samotné recipienty těchto informací. V kontextu porovnávání událostí s již historicky proběhlými bude také zmíněno, jakým způsobem Ruská federace ovlivňovala a destabilizovala politické dění v ostatních státech. Zahraniční politika Ruska se v určitých způsobech historicky velmi podobá, někdy až téměř opakuje. Konkrétní historickou podobnost lze spatřovat například ve válce v Gruzii v roce 2008, kde se Ruská federace zpočátku snažila destabilizovat jednotlivé regiony Abcházie a Jižní Osetie, což vedlo k ozbrojenému konfliktu mezi oběma aktéry. Možnou taktikou Ruska se zdá být snaha o destabilizaci konkrétního regionu, kde se následně snaží situaci více zintenzivnit. V kontextu aktuálně probíhající války a jejího počátku lze spatřovat podobné snahy Ruské federace, které se zdají být aktuálně úspěšné, nicméně vzhledem k stále probíhajícím bojům nelze jasně vymezit, do jaké míry budou tyto snahy zdařilé i po konci samotného konfliktu.

V práci bude vytvořen dataset, na kterém bude provedena následná obsahová analýza. Data budou shromažďována a analyzována v období prvního měsíce od počátku invaze na Ukrajinu. Předpokladem je, že články publikované v počátku samotného konfliktu budou mít silnější emocionální zabarvení a rovněž budou za účelem upevnění propagandy konstruovat nepřítele intenzivněji. Základním předmětem obsahové analýzy budou tedy primárně relevantní data shromážděná v prvním měsíci konfliktu. K tomuto porovnání bude nutné na několika příkladech přiblížit i jiné časné historické události, které poukazují na dlouhodobě podobný rámec vytváření ruské konstrukce nepřítele.

V první kapitole dedikované představení teorií a terminologie bude vysvětlen samotný teoretický rámec a představeny termíny, které budou v textu často užívány. Pro sběr dat budou v práci využity primárně oficiálně povolené zdroje, které jsou běžnému ruskému občanovi dostupné. Konkrétně se bude jednat o tiskové agentury Interfax a TAAS, deníky Rossijskaja Gazeta a Izvestija, internetový zdroj Russia Today a internetové stránky televizní stanice Rossija 1, což jsou nejznámější a nejvíce sledovaná média v zemi. Z těchto médií budou analyzovány šířené dezinformace, propagandisticky zaměřené výroky a opakované ofenzivní vyjádření směrem k NATO či politickým vůdcům členských západních zemí. Konkrétní data budou vyjádřena a porovnána v jednotlivých výčtech, jejímž účelem bude zhodnotit četnost těchto vyjádření. Ve zmíněných výčtech bude práce zdůrazňovat slova jako ukrajinský nacismus, kapitalistický Západ, nepřítel či deklarace ve smyslu prohlášení my vs. oni, což bude představovat jednotlivé kategorie, které budou odvozeny v rámci teoretického rámce.

Tento časový rámec bude obecně nastíněn pro zlepšení celkové přehlednosti práce, primární zaměření bude setrvávat v samotném konfliktu mezi Ruskem a Ukrajinou. V závěru práce budou získané informace zasazeny do širšího kontextu, konkrétně jejich vliv na světové dění a evropskou politickou a bezpečnostní situaci.

Samotným cílem práce je poskytnout interpretaci toho, jakým způsobem Rusko konstruuje obraz NATO jako symbol nepřítele, který pro ně představuje trvalou hrozbu. K tomu, abych dosáhl stanoveného cíle se v práci pokusím zodpovědět následující výzkumné otázky:

- 1) Jaké výroky či mediální postupy utvářejí propagandu natolik silnou, aby si před svými občany a ostatními světovými aktéry bylo Rusko schopno legitimizovat své kroky v invazi na Ukrajinu?
- 2) Jaké analyzované výroky média nejčastěji používají v souvislosti se samotnou válkou a jak jsou ruským občanům tyto informace interpretovány?
- 3) Opakuje se ruská konstrukce nepřítele na základě historických zkušeností a je již vytvořen nějaký obecný koncept, na kterém si Rusko určitý obraz nepřítele dokáže vytvořit?

2 Teoretický rámec a vymezení pojmů

Tato kapitola se bude zabývat přiblížením a vysvětlením jednotlivých pojmů a teorií, o které se bude tato práce opírat. V jednotlivých podkapitolách budou teorie a jejich propojení s tématem práce přiblíženy podrobněji. Konkrétně se bude jednat o obecné teorie propagandy a teorie konstrukce nepřítele, což je pro mnoho států v dnešní době prvkem, kterým udržují ve společnosti soudržnost. Vysvětlení teorií považuji za nezbytné z důvodu celkového pochopení této práce. Zároveň nám tyto teorie poskytnou rámec, jehož optikou bude vedena následná analýza. Dále bude zodpovězeno, proč byla pro tuto práci zvolena právě média, která jsou uvedena v úvodu. V práci se čtenář často setká s pojmem Západ, čímž jsou myšleny západoevropské země společně s USA, které jsou členy Severoatlantické aliance, a zároveň jsou v Rusko-ukrajinském konfliktu největšími podporovateli Kyjeva.

2.1 Propaganda

Propaganda je komunikačním nástrojem využívaným k ovlivňování názoru společnosti za účelem dosažení konsenzu, tato cílená komunikace je ve válečných konfliktech a autoritářských režimech velmi intenzivně využívána. Obecně může být propaganda definována jako systematické šíření informací a myšlenek, především neobjektivním nebo zavádějícím způsobem, za účelem prosazování nebo podpory politické kauzy nebo jednotlivých názorů (MVČR nedatováno). Samotným cílem propagandy je podlomit morálku nepřítele a demoralizovat, posílit národní identitu, zajistit souhlas a mobilizovat. Mezi další běžné cíle lze zařadit umělé utváření názoru obyvatel, přesvědčování k podpoře osoby či události a povzbuzování k určitému chování (Cuncic 2022). V případě ozbrojeného konfliktu je možné se s propagandou setkat téměř vždy a označuje se jako válečná. Propagandu je možné využívat i jako prvek státní soft power, čímž je myšlena vlastnost států či režimů prezentovat navenek spíše prvky přitažlivosti a sympatie než odstrašení prostřednictvím vojenské síly. Propaganda je hojně vytvářena jak státy nedemokratickými, tak i státy demokratickými, které ji využívají spíše jako politické PR. Pro příklad je možné uvést federální vládu Spojených států, která mezi

lety 2002 až 2012 utratila na outside PR¹ 16 miliard dolarů (Robinson 2018: 56). U států nedemokratických můžeme mezi její nejčastější formy zařadit například cenzuru a ovlivňování médií, démonizaci a dehumanizaci nepřátelského aktéra, vyzdvihování národa a jeho hrdinství a vytváření národních cílů a hrozeb. Je-li propaganda ve společnosti silně a dlouhodobě akcentována, je skrze ni možno ovládat názory a společenské mínění, což napomáhá udržitelnosti vnitrostátní suverenity a stmelování obyvatelstva. V nedemokratických systémech je velmi vysoký stupeň politické kontroly médií, často jsou i přímo vlastněna státem. Vzhledem k silné instrumentalizaci ze strany režimu se média stávají nástrojem propagandy, přičemž jakákoliv pluralita či nezávislost médií v podstatě neexistuje. Zkreslování informací či pouhé nepublikování určitého typu informací lze považovat za propagandu. Šíření informací může být konkrétněji děleno na racionální, kvaziracionální a emocionální, přičemž toto dělení je interpretováno sestupně dle obsahové logiky a provázaností až po šíření čistě vymyšlených a emocionálně cílených informací (Thomson 1977: 11).

V tvorbě procesu propagandy máme dva základní aktéry, jimiž je její šířitel a společnost, která informace přijímá. Při snaze trvale ovlivnit společnost prostřednictvím propagandy je zcela nutné, aby byla všudypřítomná, lehce zapamatovatelná a systematická. Aby tato technika ovlivnila většinou společnost, musí úspěšně působit na emoce, závazky a entuziasmus davu, čímž je následně možné dosáhnout souhlasu s konkluzí (Walton 1997: 388). Na druhou stranu ovlivňovaná masa musí být dostatečně gramotná, musí disponovat základními jazykovými vlastnostmi a musí mít přístup k technologiím, skrze které bude propagandistické informace přijímat. Oba aktéři propagandy na sebe navazují a její šířitel je na ovlivňované mase zcela závislý.

Dle Jowetta a O'Donellové je možné hovořit o typologii propagandy, která zohledňuje tři základní kritéria; 1) Bílá propaganda, která se snaží působit skrytě a je interpretována lehce identifikovatelným a známým zdrojem; 2) Černá propaganda, snažící se o vytvoření legitimního dojmu při publikaci, nicméně disponuje skrytými záměry a stojí za ní zdroj jiný; 3) Šedá propaganda, šířící převážně nepřesný obsah s často téměř nedohledatelným zdrojem (Jowett, O'Donell 2006: 17–21). Nejvyužívanější z této typologie je bílá propaganda, do které je ve velké míře možné začlenit interpretace informací přímo prostřednictvím státního aparátu či jinými zdroji, které jsou ze strany

¹ Outside PR je chápáno jako public relations směřováno k ostatním státům v mezinárodním prostředí, přičemž PR v domácím prostředí není z logiky věci předmětem jeho zájmu.

společnosti považovány za legitimní. V případě ruské propagandy směřované k tématu Ukrajiny lze spatřovat historické podobnosti již od počátku 20. století, kdy mezi lety 1917 až 1921 probíhala proti bolševikům Ukrajinská válka za nezávislost. Již v tomto období byla proti ukrajinskému lidu vytvářena propaganda, ve které lze najít podobnosti v porovnání s propagandou dnešní. Typickými vlastnostmi propagandy, které se v obou konfliktech obdobně vyskytují, jsou například: manipulace s veřejným míněním, šíření falešných zpráv s cílem diskreditace ukrajinské vlády, překrucování historických faktů a kontrola médií (Bulanova 2023: 193). Vzhledem k bolševickému vítězství a efektu nastavené propagandy se lze domnívat, že tyto vlastnosti poté Sovětský svaz aplikoval v mnoha dalších konfliktech. Lze také konstatovat, že po více než sto letech jsou tyto techniky stále praktikované a také efektivní.

2.2 Konstrukce nepřítele

Proces, kterým je možné vytvářet obraz nepřítele, má podle autorky Liory Sion tři možná vysvětlení. Prvotním je psychologické utvoření nepřítele, jelikož lidé nepřátele potřebují k vytěsnění svých osobních obav a nepřátelství. Druhou možností je politické vytvoření nepřítele, které mobilizuje národ ke společným cílům a napomáhá profitování ze zbrojního průmyslu. Třetí a poslední možností je konstruování nepřítele přirozeným a klíčovým faktorem v boji, což podporuje budování odstupů mezi vojáky. Právě síla odstupů je klíčový prvek pro to, aby bylo možné protivníky eliminovat (Sion 2018: 586–589). Z výše představených vysvětlení je možné konstatovat, že se všechna budou alespoň částečně prolínat. Předpokladem je, že druhá a třetí možnost vytvoření obrazu nepřítele bude v této práci dominantní, přičemž první hraje bez pochyb rovněž zásadní roli.

Konstrukce nepřítele je již samotným prvkem propagandy, který má za cíl sjednocovat názor většinové společnosti ve vztahu k dalšímu aktérovi, čímž si politické vedení státu dokáže udržovat stabilní postavení. Konstrukce nepřítele může být založena například na základě historických událostí, etnicitě, náboženství, vymezení národní identity vůči jiné, či jen pouze politické a mocenské nesnášenlivosti. Percepce nepřítele je důležitým prvkem politické psychologie, přičemž jejím cílem je dosažení souhlasu společnosti k úderu proti oponentovi, který pro danou entitu představuje dlouhodobou a

existenční hrozbu. Krajním případem této percepce je snaha o snižování legitimacy protivníka a také snaha o zpochybnění autenticity jeho identity a celkové existence (Kaplowitz 1990: 58). V příkladu invaze na Ukrajinu lze v ruské konstrukci nepřítele spatřovat i tzv. dehumanizaci a démonizaci, což je způsob, kterým Rusko skrze média prezentuje obyvatelstvu svého oponenta. Často se například v ruských televizních debatách setkáme s pojmy jako „zvířata“, „nacisti“, či dokonce „satanisti“ (Dickinson 2022). Tyto pojmy navozují ve společnosti dojem, že protivník je zcela podřadný a bezcenný. V případě dehumanizace protivníka je oponent představován jako entita pozbývající lidský faktor, což v případě vojenského zásahu snižuje či zcela eliminuje pocit solidarity s případnými oběťmi konfliktu na straně protivníka. Dle etnoložky Blanky Soukupové zabývající se nacionalismem a antisemitismem funguje konstrukce nepřítele stále a vždy stejně, čímž je myšlena například útočící strana prezentující obranu určitých hodnot, a nikoliv samotný útok (Pavlásková 2018). Bráněné hodnoty musí být vždy velmi důležité a ušlechtilé.

Konstruování obrazu nepřítele má několik postupných fází, které do cílové společnosti stále silněji vštěpují přítomnost hrozby. Počáteční fází v konstrukci nepřítele je typické vymezení my versus oni, přičemž aktér je pomyslným outsiderem v mezinárodním společenství a jeho pozice je od ostatních stále více vzdálená. Sebe musí aktér definovat jako toho dobrého a ostatní jako ty, kteří se proti němu vymezili. V další fázi je snaha představit protivníka jako entitu, která je již hrozbou dlouhodobě, čehož může být dosaženo zkreslenou interpretací historických momentů, náboženství a rozdílnými ideami, které jsou představovány jako zlé, nedůvěryhodné, barbarské, nemorální a nečisté (Vuorinen 2012: 2). Protivník je v podstatě naprosto opačným obrazem aktéra, který percepci nepřítele vytváří. V následující fázi je již nepřítel aktivní hrozbou, která se přibližuje a je nutné na ni reagovat posilováním obranných struktur nebo aktivně podniknout prvotní útok. V této fázi je již oponent prezentován jako objekt, který se stále přibližuje a jeho cílem je dobývat, zotročit, zničit či zabít (Vuorinen 2012: 3). Po těchto postupných fázích již aktér vytvářející obraz nepřítele jedná v krocích proti protivníkovi legitimně, přičemž samotné zničení nepřítele už je ve společnosti akceptováno jako racionální krok.

2.2.1 Nepřítel optikou Ruska

Rusko si jako regionální mocnost dlouhodobě snaží udržet mocenský vliv ve státech, se kterými sousedí. Toto tvrzení je možné podložit komunikačními narativy Ruska v konfliktech, které se odehrály dříve než samotná invaze na Ukrajinu. Pro porovnání se situací na Ukrajině je možné využít snahy o destabilizaci Estonska v roce 2007 nebo události předcházející konfliktu v Gruzii v roce 2008. Z těchto událostí je možné pozorovat alespoň částečně opakující se narativ v oblasti informační komunikace a politických rozhodnutí. Západní novináři na toto téma vytvořili koncept pojmenovaný Gerasimova doktrína, který v šesti postupných fázích destabilizuje cílovou oblast prostřednictvím médií, formováním informačního spektra a využíváním útoků v kyberprostoru k omezení informací plynoucích z lokálních médií a státních organizací (McKew 2017). Díky těmto strategiím Rusko dosahuje strategických cílů prostřednictvím využívání konvenčních i nekonvenčních hrozeb, přičemž hlavní zaměření Gerasimovy doktríny je na nevojenské formy války.

V porovnání aktuální situace Ukrajiny se situací v Estonsku v roce 2007 lze spatřovat podobnost například v demonstracích organizovaných osobami s vazbami na ruský režim, přičemž hlavní téma protestů byla lidská práva etnických Rusů žijících v Estonsku, samotní Estonci byli často přirovnáváni k nacistům. Další podobností byly dvě vlny kybernetických útoků v dubnu a květnu, které cílily na servery estonské vlády, oblast bankovníctví, média a vojenské sítě, přičemž tyto útoky účinně omezily schopnost vlády vést zemi, kontrolovat ozbrojené síly a komunikovat se svými občany a spojenci (Selhorst 2016: 154). V případě událostí eskalující konflikt v Gruzii se ruský narativ také snažil prezentovat etnické Gruzince jako sympatizanty nacistů. Gruzie v tomto případě byla opět interpretována jako stát, který diskriminuje etnické Rusy a dopouští se proti nim násilí. Cílem těchto informací bylo ospravedlnění blížícího se vojenského zásahu (Selhorst 2016: 155–156). Před samotnou intervencí bylo u gruzínských hranic vyhlášeno rozsáhle vojenské cvičení, stejně jako v případě invaze na Ukrajinu. V počátku vpádu do Gruzie bylo obdobně využito kybernetických útoků cílených na komunikační servery vlády a ozbrojených sil.

Z těchto událostí je možné usoudit, že Rusko praktikuje ve své expanzivní politice jakýsi opakující se model, který má za cíl skrze kyberprostor negativně ovlivnit veřejné mínění, destabilizovat informační kanály a omezit funkčnost komunikačních serverů

ozbrojených složek. V případě Gruzie a Ukrajiny došlo k přímé vojenské intervenci, v otázce Estonska šlo pravděpodobně o snahu udržet si v této zemi mocenský vliv prostřednictvím destabilizace, k intervenci ale vzhledem k bezpečnostním zárukám ze strany NATO nedošlo. Estonsko se v reakci na kybernetické útoky stalo dlouhodobě jednou ze zemí s nejsilnější kybernetickou bezpečností (NCSI nedatováno).

2.3 Ruská média

Ruská média jsou dlouhodobě výrazná svými protizápadními a protiukrajinskými postoji. Komunikační kanály jsou od počátku ruské invaze na Ukrajinu monitorovány intenzivněji a momentálně se v Rusku nenachází informační zdroj, který by fungoval v nesouladu se státní ideologií a aktuální politickou situací. Média, která bylo dříve možné považovat za objektivnější, byla brzy po začátku operace na Ukrajině odstraněna, např. Echo Moskvy (Reuters 2022a). Lze tedy konstatovat, že kontrola Kremlu nad ruskými médii je téměř kompletní. Pokud ve vztahu k vojenské operaci na Ukrajině některé z médií bude publikovat a šířit informace, které stát považuje za klamné, hrozí autorům publikací odnětí svobody s maximální hranicí patnácti let (Mathers 2022). Nejvíce populární ruské sociální sítě jsou také pod státním dohledem. Společnost Meta provozující platformy jako Facebook či Instagram byla dokonce označena za extremistickou.

Ve vztahu k analyzovaným médiím je nutné zdůraznit, že všechna tato média jsou přímo státem řízena, státem sponzorována nebo jsou jejich vedením pověřeny osoby s vazbou na ruskou vládu. Tisková agentura TAAS je přímo vlastněna státem, agentura Interfax je naopak v soukromém vlastnictví, přičemž obě publikují články v anglickém jazyce a jejich zaměření je prokremelské. Televizní stanice Rossija 1 a deník Rossijskaja Gazeta jsou státem přímo spravovány a vlastněny (BBC 2023). Stanice Rossija 1 je v Rusku jednoznačně médiem s největším dosahem a sledovaností. Vysokou míru sledovanosti lze odůvodnit absencí přístupu k jiným technologiím a internetu v méně rozvinutých oblastech Ruska, kde mnoho obyvatel vlastní pouze televizní a rádiové přijímače. Zdroj Izvestija je další populární prokremelský deník, pro analýzu v této práci ale nebyl využit z důvodu neexistence archivu a nemožnosti dohledání publikací v určeném časovém období. Televizní stanice Russia Today provozující zároveň

internetový zpravodaj byla po začátku ruské invaze v Evropské unii zakázána, jelikož šířila silně propagandistické a dezinformační zprávy. Z tohoto důvodu rovněž toto médium nemohlo být pro analýzu využito.

Zdroji Russia Today se i přes evropský zákaz daří své informace i nadále šířit. Dle londýnského institutu pro strategický dialog vytváří Russia Today zrcadlové stránky s jiným názvem domény, na kterých jsou šířeny identické články jako na zdroji oficiálním (Schmiedová 2022). Tématy těchto článků byla primárně velmi negativní interpretace ukrajinských uprchlíků v evropských zemích, přičemž se dosah těchto publikací pohyboval v rozmezí několika milionů. Zdroj Russia Today je také interpretován jako globální dezinformační médium Vladimira Putina, které se snaží podkopávat objektivnost západních médií (Downling 2017). Médium se tedy snaží nabídnout alternativní perspektivu na světové dění, publikované články jsou ale často nerelevantní. Jak bylo již zmíněno, v Rusku momentálně nenalezneme média, která by nebyla přímo ve vlastnictví státu, v jeho správě, nebo zda by nebyla vedena soukromými osobami s blízkými vazbami na ruský režim.

Při takto vysokém ovládnání médií ze strany státního aparátu se mnoho Rusů přesunulo do internetového prostoru, kde stát nemá v kontrole informací již tak neomezené možnosti. Ruská média publikující informace i na své internetové weby jsou rovněž pod státním dozorem, dohledání informací z jiných zdrojů je ale i přes snahy a početné zákazy dostupnější. Rusové se k odlišným informačním zdrojům dostávají pomocí VPN², jehož počty stažení v Rusku se po začátku konfliktu výrazně navýšily. Denní počet stažení VPN se před invazí pohyboval okolo 15 tisíc, na začátku března roku 2022 tento počet vzrostl až na 475 tisíc stažení za den, přičemž okolo hranice 300 tisíc denních stažení se tyto hodnoty pohybovaly i následující týden (Faiola 2022). Dle těchto počtů lze stanovit, že počet Rusů majících přístup k informacím publikovaným zahraničními zdroji je minimálně v řádu několika milionů.

² VPN je internetová technologie, která dokáže anonymizovat uživatele a přesměrovat jeho přístupové polohy do jiných států. Tímto způsobem se uživatel může dostat na téměř jakýkoliv zpravodajský server v celém světě.

2.3.1 Ruská rétorika

Rétorika Ruska je vůči Západu, NATO i Ukrajině dlouhodobě podobná, přičemž země se snaží prezentovat západní aktéry jako někoho, kdo s nimi nechce v mezinárodním prostředí interagovat. Situace se nejvíce vyostřila od počátku invaze na Ukrajinu, rétorika Ruska snažící se prezentovat NATO jako bezpečnostní hrozbu tu ale byla o mnoho dříve. V této oblasti je nutné zmínit, že Rusko používá rozdílné narativy v komunikaci směrem k ostatním státům a v komunikaci utvářené na domácí půdě. Přes fakt, že jsou i oba tyto narativy částečně provázané, se Rusko navenek snaží vytvářet pozitivní dojem prezentováním jejich kultury a bohatství, obětavé image ruských osobností a ohýbáním historických faktů ve vztahu k probíhajícímu konfliktu na Ukrajině. Naopak na domácí půdě, kde je cílená audience primárně ruské obyvatelstvo, je vytvářena komunikace více přímočará, hrubá a s nižšími etickými hranicemi (Komar 2022: nečíslováno). Lze tedy předpokládat, že pokud by Rusko komunikovalo směrem ven stejně jako ke svým obyvatelům, ostatní státy by jeho rétoriku považovaly za zcela nedůvěryhodnou a neobjektivní.

Jak již bylo zmíněno, dominantním informačním zdrojem pro většinu obyvatel Ruska je televize. Prostřednictvím vysílání lze recipientům prezentovat informace jak komunikací, tak i vizuálně. Kombinací těchto faktorů lze předpokládat, že televize disponuje možností silnějšího emocionálního apelu na sledující než jiné informační zdroje. Cílem strategických narativů ruských informačních kanálů je primárně působit na emoce a zastřít hranici mezi tím, co je skutečné a co ne, jinými slovy vytvořit prostředí, v němž lze komunikovat mnoho rozdílných sdělení (Khaldarova, Pantti 2016). Ruská rétorika se ve svém komunikačním prostředí snaží také cílit na pocity patriotismu a hrdosti na svou zemi, čehož dosahuje nejčastěji představováním svých dřívějších vojenských vítězství v mnoha konfliktech. Pro snahy o objektivizaci tvrzení se taktéž v médiích často objevují zdroje a citace odborníků, kteří s těmito výroky sympatizují. Aby ruská rétorika utvrzovala své názorové směřování uvnitř státu a směrem ven, snaží se vštěpit recipientům svá tvrzení prostřednictvím toho, že svůj narativ stále opakuje a také se ho pro dobrou zapamatovatelnost a pochopitelnost snaží zjednodušovat.

Velmi výraznou částí ruského narativu je také rétorika ohledně jaderné politiky, která je nejčastěji využívána politiky, vládními úředníky a televizními komentátory. Tento jaderný diskurz se často vyznačuje agresivním jazykem, který reflektuje mentalitu

studené války a ochotu použít jaderné zbraně za účelem odstrašení a projekce moci. Rusko si je vědomo, že potřebuje jaderné zbraně k zajištění možnosti čelit konvenčním výhodám NATO, které je vojensky po ostatních stránkách silnější (Lieber, Press 2013: 34). Od počátku invaze na Ukrajinu byly jaderné zbraně ze strany Ruska zmíněny již několikrát, přičemž nejčastěji je připomínáno právě uvedení ruských jaderných zbraní do bojového režimu. Posledním oznámením týkající se jaderné rétoriky byla ohlášení plánu rozmístit taktické jaderné zbraně na území Běloruska, což NATO odsoudilo jako nebezpečné a nezodpovědné (Peleschuk 2023). Z těchto kroků je patrné, že se Rusko snaží opět prezentovat svou přítomnost a vliv v bývalých státech Sovětského svazu. Rozmístění taktických jaderných zbraní může být i aktem, který pravděpodobně dokáže částečně destabilizovat i samotné Bělorusko.

Vzhledem k výše analyzovaným kapitolám, které se zabývají propagandou, konstrukcí nepřítele, formováním obrazu nepřítele ruskou optikou, představením ruských médií a představením ruské rétoriky, je možné stanovit, že Rusko se proti NATO a západním zemím snaží vymezit v mnoha kategoriích. Dále je patrné, že Rusko samo sebe snaží interpretovat jako aktéra, který je dobrý a disponuje dobrými úmysly, přičemž NATO je naopak aktérem, který pro zemi svou politikou představuje bezpečnostní a existenční hrozbu. Tento narativ je komunikován jak vnitrostátně, tak i směrem k ostatním státům v mezinárodním prostředí. Dále je znatelné, že se Rusko snaží Západ prezentovat pouze optikou, která podpírá samotná tvrzení o bezpečnostní hrozbě ze strany Severoatlantické aliance. K tomuto jsou využívány prvky percepce nepřítele s častým výskytem dehumanizace, která je momentálně nejvíce prezentována v konfliktu na Ukrajině. Tyto prvky jsou prostřednictvím ruského narativu a informačních zdrojů mediálně publikovány, přičemž jejich cílem je legitimizace vojenských postupů ve válce na Ukrajině, popřípadě i ospravedlnění samotné invaze. Z těchto zjištění budou dále v práci sestavena kritéria k analytické části, která se na ruské prezentování NATO ve vztahu k ukrajinskému konfliktu zaměří hlouběji.

2.4 Kritéria k analytické části

Na základě textu výše bude práce dále s pojmem konstruování nepřítele pracovat v těchto kategoriích:

1) vymezení my vs. oni

- 2) definice Ruska jako „toho dobrého“ a Západu jako bezpečnostní hrozby
- 3) interpretace Západu optikou Ruska s prvky dehumanizace
- 4) legitimizace vojenských postupů ve válce na Ukrajině

Z těchto kritérií bude v práci sestaven výčet, který bude obsahovat četnost výroků v jednotlivých analyzovaných médiích, která byla pro tuto práci zvolena. Výčet bude zároveň poskytovat porovnání četnosti šířených dezinformací, propagandistických výroků a vyjádření vůči NATO a jejím politickým představitelům. Kritéria budou analyzována za první měsíc invaze na Ukrajinu, tj. 24.2.2022 až 24.3.2022. První měsíc konfliktu byl vybrán, jelikož byla situace nejvíce vypjatá a způsobila šok široké evropské veřejnosti a mezinárodní politice. Díky tomu lze předpokládat, že analyzovaná média budou v prvním měsíci konfliktu publikovat články se silnějším emocionálním zabarvením a vymezením proti oponentovi, čímž budou více upevňovat dosavadní prezentovanou propagandu.

3 Metodologický rámec a datový korpus

Data pro zpracování této práce byla vybrána především na základě návštěvnosti a sledovanosti jednotlivých ruských médií. Konkrétně se bude jednat o analýzu médií, mezi kterými jsou tiskové agentury TAAS a Interfax, deníky Rossijskaja Gazeta a Izvestija, internetové stránky zdroje Russia Today a internetové stránky televizní stanice Rossija 1, která má dlouhodobě nejvyšší počet diváků. Tato vybraná média tvoří širokou informační základnu pro většinu obyvatelstva Ruské federace. Zveřejňované informace na těchto kanálech jsou zpětně dohledatelné, což bylo dalším důležitým kritériem při výběru médií k celkové analýze. Při výběru jsem musel zohlednit i aktuální přístupnost k ruským médiím, přičemž mnoho těchto zdrojů bylo z důvodu probíhající války zablokováno, či obdržely dočasné omezení přístupu ze států mimo Rusko. Pro práci měly být původně využity i mobilní aplikace ruských internetových médií, které byly v průběhu zpracování této práce znepřístupněny nebo u nich byly zakázány pravidelné aktualizace, díky kterým bylo možné tyto platformy plně využívat. Mým záměrem bylo vybrat primárně nejsledovanější zdroje tvořící širokou informační základnu pro ruské občany, zároveň bylo nutné, aby byla tato média a jejich obsah přístupný.

Hlavním prostředkem k dosažení stanovených cílů práce je poskytnutí kvantitativní obsahové analýzy na již zmíněná kritéria. Analyzovány budou nadpisy jednotlivých článků, které budou mít souvislost s válkou na Ukrajině či budou obsahovat pojmy týkající vymezení proti Západu a NATO. Původním záměrem bylo analyzovat celé články, vzhledem k příliš velkému datovému korpusu s celkem 4 256 analyzovanými publikacemi bylo toto omezeno na nadpisy. Nadpis je pro celkový dosah článku zcela markantní, lze tedy očekávat, že výše stanovená kritéria budou jistě rozpoznatelná již z nadpisů jednotlivých článků. Tato data budou v závěru shrnuta do výčtu, který poskytne přehled o častosti jejich vyskytování v jednotlivých analyzovaných médiích. Při obsahové analýze jsou data výsledkem postupů, které výzkumník zvolil k zodpovězení konkrétních otázek týkajících se jevů v kontextu problematiky daných textů (Krippendorff 2004: 81). Nadpisy jednotlivých článků v ruských médiích budou analyzovány první měsíc od počátku invaze na Ukrajinu, tj. 24.2.2022 až 24.3.2022. Výsledným bodem této obsahové analýzy by měl být podle definice Berelsona objektivní, systematický a kvantitativní popis obsahu textu (dle Neuendorf 2002: 10). Dle této definice je možné určit užší pojem kvantitativní obsahové analýzy. Z nadpisů

jednotlivých článků budu analyzovat pojmy dle kritérií k analytické části, jimiž jsou sdělení interpretující vymezení my vs. oni, definice Ruska jako „toho dobrého“ a Západu jako rivala, představování Západu jako bezpečnostní hrozby a legitimizace vojenských postupů ve válce na Ukrajině.

Pro naplnění stanovených kritérií jsem zvolil deset slov, která splňují všechny potřebné požadavky. Slova vybraná pro analýzu jsou: nacismus, denacifikace, demilitarizace, NATO, Západ, nepřítel, hrozba, zničení, kostel a kriminální. Pro první kategorii k zodpovězení kritéria vymezení my vs. oni byla zvolena slova jako NATO, Západ a nepřítel, které jsou v ruských médiích prezentovány negativní rétorikou a které toto vymezení potvrzují. V kategorii druhé, která se soustředí na definici Ruska jako „toho dobrého“ a Západu jako bezpečnostní hrozby, jsou zahrnuty převážně slova jako hrozba, demilitarizace a denacifikace. Tyto pojmy jednoznačně interpretují Západ jako hrozbu a poukazují na to, že je potřeba této hrozbě čelit, a to za účelem uchování samotné ruské státnosti a historických zvyků, které jsou na rozdíl od Západu ideologicky dobré. Pro třetí kategorii prezentující Západ optikou Ruska s prvky dehumanizace byla zvolena slova nacismus a kostel. Tyto pojmy, jak již bylo zmíněno, spojují Západ s událostmi druhé světové války přirovnáváním k nacismu, pojmem kostel je míněna snaha o prokázání faktu, že Západ je nepřítelem i z náboženského hlediska. Do čtvrté a poslední kategorie, která se soustředí na legitimizaci vojenských postupů ve válce na Ukrajině, byla zahrnuta slova zničení a kriminální. Pojem kriminální má poukazovat na zločinné chování směrem k Rusku v mezinárodní sféře i na bojišti, pojem zničení má již prezentovat destrukci západní techniky, popřípadě snahy o celkovou destrukci Ruska v případě, že proti oponentovi nezasáhne.

Analýza nadpisů jednotlivých článků byla zvolena primárně z důvodu častého výskytu emocionálně zabarvených a vymezujících postojů již v těchto úvodních slovech. Právě emocionální zabarvenost a síla vymezení v nadpisu je prvkem, který razantně ovlivňuje finální dosah článku. Lze tedy předpokládat, že články vztažené k Ukrajině budou mít v Rusku velký dosah. Jelikož práce a stanovená kritéria k analýze požadují manuální zpracování dat, v průběhu prohlížení datového korpusu jsem přehodnotil svůj postup na analýzu nadpisů, přičemž dříve měla analýza zahrnovat celé obsahy článků. Dle prohlížení analyzovaných médií jsem také zjistil, že průměrný počet vydávaných článků vztažených k tématu Ukrajiny se na každém médiu denně pohybuje okolo

několika desítek publikací. Některé dny jsem ovšem našel i více než 100 publikací. Tyto počty celých článků by tedy za stanovené období nebylo možné manuálně zpracovat.

3.1 Datový korpus

Celkový datový korpus se všemi analyzovanými médii zahrnuje dohromady 4 256 článků. U všech médií byla pro výběr článku a nadpisů pro tuto práci analyzována pouze rubrika „vojenská operace na Ukrajině“, která byla uvedena na serverech tiskových agentur Interfax a TAAS. U internetových stránek televizní stanice Rossijska 1 je tato rubrika v podkategorii „News“ s názvem „speciální operace“. U deníku Rossijskaja Gazeta byla tato specifikace odlišnější a k článkům vtaženým ke konfliktu na Ukrajině jsem se musel dostat skrze rubriku „Ve Světě“, z této rubriky dále do podkategorie „ex-USSR“ a zde již do samostatné kategorie „Ukrajina“.

Nejvyšší počet článků publikovala za první měsíc invaze na Ukrajinu (tj. 24.2.2022 – 24.3.2022) na své stránky televizní stanice Rossijska 1, která je nejvíce sledovaným informačním zdrojem v Rusku. Celkový počet článků zde činil 1382. Druhým nejvíce obsáhlým analyzovaným zdrojem je deník Rossijskaja Gazeta, který za stejné časové období publikoval 1080 článků. Dalšími médii byla agentura Interfax s počtem 959 článků, následována byla agenturou TAAS s celkovým počtem 835 publikací. Původním záměrem bylo do analýzy zapojit i deník Izvestija a internetové stránky televize Russia Today, ovšem internetové stránky serveru Izvestija nemají archiv a články jsou zpětně dohledatelné pouze v rozmezí šesti týdnů. Oproti tomu internetové stránky Russia Today nebylo možné analyzovat, jelikož byly společně se serverem Sputnik následkem regulací v Evropské unii zakázány. Tyto servery byly přímo ovládány vlivnými ruskými autoritami a jejich obsahy tvořily dezinformace, manipulativní informace s překrucovanými fakty, které měly za cíl strategicky destabilizovat sousedící státy, včetně členských zemí Evropské unie (Council of the EU 2022).

4 Obsahová analýza

Obsahová analýza je výzkumná metoda při práci s informacemi, jejímž cílem je zachycení určitého obsahu. Tato metoda může být používána k porovnání velkého množství textu, přičemž je možné analyzovat rozhovory, mediální obsah, veřejné projevy apod. Cílem obsahové analýzy je poskytnout přehled určitých pojmů nebo témat, která se v analyzovaných datech vyskytují. Obsahová analýza zahrnuje označení souboru textů nebo jiných artefaktů kódy, které jsou odvozeny z teorie nebo z předchozích znalostí, a následnou analýzu rozložení kódů, obvykle statistickou (Bernard, Ryan 2010: 288). Dle Bernarda a Ryana je prvním krokem v postupu analýzy nutnost formulace výzkumné otázky na základě určité teorie, následně výběr textů k analýze a vytvoření kódů. Dle autorů je rovněž vhodné předběžně otestovat stanovené kódy a případně je upravit. Dalším krokem je aplikace kódů na datový korpus, čímž vznikne datový set, který je následně analyzován (Bernard, Ryan 2010: 288–289). Petrušek tvrdí, že obsahové analýzy se prozatím nejvíce využívají v politologii a méně často ve vlastní sociologii. Obsahovou analýzu také označuje pro řadu badatelů jako atraktivní kvůli možnosti dešifrování skrytého obsahu, ve kterém mohou absentovat určitá hesla, míra emotivních výrazů a rozdílnost akcentu (Petrušek nedatováno). Právě pro dešifrování skrytého a nekonkrétního obsahu slouží i obsahová analýza provedená v této práci.

K zodpovězení stanovených cílových otázek a splnění kritérií k obsahové analýze jsem si stanovil 10 slov, která interpretují Západ a NATO prostřednictvím situace na Ukrajině jako bezpečnostní hrozbu. Zároveň emocionální zabarvenost těchto slov dokazuje, jak silnou informační a komunikační propagandu se Kreml snaží v Rusku udržet. Z celkového počtu 4 256 článků jsem prostřednictvím programu Microsoft Translator všechny tyto texty přeložil z ruského do anglického jazyka za účelem dosažení přesnějšího výsledku. Dále jsem uvážil, že by analyzovaná slova v ruštině mohla vyvodit nepřesné závěry, jelikož obsahují měkké znaky, které se v určitém slovosledu mění. Každému z analyzovaných médií byl vytvořen wordový soubor, ve kterém byl text přeložen a následně analyzován. Pro vyhledávání jednotlivých slov jsem použil funkci CTRL + F, která interpretovala četnost těchto slov a zároveň každý z těchto příkladů ukázala v původní větě. Po zkontrolování původní věty jsem se ujistil, zda je analyzované slovo vždy ve správném významu z hlediska ke stanoveným kritériím.

Pro analýzu byla vybrána slova jako: nacismus, denacifikace, demilitarizace, NATO, Západ, hrozba, zničení, kostel a kriminální. Z těchto slov byl analyzován samotný kořen slova v anglickém jazyce, tudíž slova: „nazi“, „denazif“, „demilit“, NATO, West, „enem“, threat, destroy, church a „crimi“. Analyzováním kořenu těchto slov byla vyhledána všechna slova a jejich přídavná jména, která měla identický význam. Tato slova jsem zvolil z důvodu síly emocionálního zabarvení, které dokáže udržovat stabilní propagandu a představovat nepřetržitě ruské společnosti Západ jako bezpečnostní hrozbu. Celá analýza je vztažena k tématu války na Ukrajině, kterou lze považovat za momentálního prostředníka, skrze kterého je Západ interpretován jako nepřítel. Slova jako nacismus, denacifikace, nepřítel, zničení, kostel a kriminální taktéž obsahují prvky dehumanizace, která již v této práci byla jako jeden z nástrojů propagandy představena. Slova jako NATO, Západ, hrozba a demilitarizace jsou v Rusku chápány v negativním kontextu. Články obsahující tyto pojmy představují pro Rusy nepřítele, který je dle jejich narativu ohrožuje. I přes nízkou četnost výskytu jsem chtěl do analýzy zařadit slovo kostel, přičemž tento pojem měl vyhledat nadpisy s možnými prvky démonizace, která je také silným nástrojem propagandy. Prostřednictvím pojmů hrozba a nepřítel lze chápat vymezení proti Západu a poukázání na fakt, že Rusko je „dobré“ a samo hrozbu nepředstavuje, naopak musí nepřetržitě čelit bezpečnostní hrozbě ze strany západních zemí a NATO. Rusko samo sebe také představuje jako aktéra, jehož hodnoty jsou oproti Západu správné a snaží se poukázat na teorii, že je chce Západ společně s USA zničit či zcela ideologicky obrátit.

Z analyzovaných nadpisů jednotlivých článků vyšla četnost výskytu stanovených výroků, která poukazuje a potvrzuje prokremelské směřování těchto médií. Slova s nejvyšším počtem výskytu byla v kolonce u jednotlivých médií v tabulce označena tučně. Z těchto dat je možné tvrdit, že informovanost a citová zabarvenost nadpisů článků je ve všech médiích poměrně podobná (viz Tabulka 1).

Slovo „nazi“ se nejčastěji vyskytovalo v deníku Rossijskaja Gazeta, který je v Rusku jedním z nejvíce čtených zdrojů. Pomocí nacistického narativu se Rusko snaží protivníka dehumanizovat a tím docílit silnější podpory ze strany společnosti. Prostřednictvím tohoto pojmu si osoby dokáží spojit aktuální situaci s událostmi druhé světové války, kdy je v tomto případě vojenský zásah za účelem napravení situace chápán jako legitimní. Slovo „denazif“ se nejčastěji objevilo u článků agentury TAAS, společně se slovem „demilit“, které bylo nejčastěji také na tomto deníku, lze usoudit, že Rusko se

snaží prezentovat snahu o potírání všudypřítomného ukrajinského nacismu a zároveň snahu o odzbrojení této země i zahraničním čtenářům, jelikož agentury TAAS i Interfax vydávají články v anglickém jazyce. Tyto dva pojmy je možné také označit jako potenciální mechanismy, kterými se Rusko snaží poukázat na možnost odstranění samotné hrozby. V dalších analyzovaných slovech byly pojmy „NATO“ a „West“, pod kterými byly nalezeny nadpisy článků informující primárně o další dodávkách zbraní Ukrajině, podpoře nacismu a výroky politických představitelů k Rusko-ukrajinské krizi. Tyto výroky byly naprosto převážně zaměřeny proti Rusku nebo měly pro Rusko a jeho další vývoj v tomto konfliktu negativní konotaci. Slova „NATO“ a „West“ byly jedny s největší četností výskytu v celé analýze a nejvíce k tomuto tématu publikovala články tisková agentura Interfax (viz Tabulka 1).

Tabulka 1. – výskyt stanovených slov v nadpisech článků ruských médií

////////////////////	TAAS	INTERFAX	ROSS. GAZETA	ROSSIJA 1
„nazi“	17	13	23	21
„denazif“	10	5	5	3
„demilit“	16	9	3	1
„NATO“	45	97	32	43
„West“	45	55	35	49
„enem“	1	4	0	3
„threat“	14	43	17	15
„destroy“	51	77	41	31
„church“	0	0	1	3
„crimi“	6	21	7	5

Dalším analyzovaným pojmem bylo slovo „enem“, které bylo myšleno jako nepřítel. Toto slovo se v nadpisech článků u všech médií objevovalo velmi zřídka, nejvíce však čtyřikrát u agentury Interfax. Z tohoto je možné usoudit, že ačkoliv Rusko považuje Západ, NATO a Ukrajinu jako svého nepřítele, tak pro to využívá odlišnou rétoriku. Dle

provedené analýzy jsou tedy pro prezentaci nepřítele používána častěji slova jako hrozba nebo pojmenování spojená v kontextu s nacismem, která nepřítele dokáží obdobně konstruovat. Dalším analyzovaným slovem je právě pojem „threat“ neboli hrozba. Tento pojem se v analýze objevoval již vícekrát než slov nepřítel, nejvíce opět na stránkách agentury Interfax, celkový počet výskytů slova v tomto kontextu zde činil 43.

Následujícím analyzovaným pojmem bylo slovo „destroy“ ve smyslu zničení. Toto slovo se nejčastěji vyskytovalo ve větách, kde Rusko informovalo o zničení západní i ukrajinské vojenské techniky v oblastech bojů. Dále bylo toto slovo nalezeno v kontextu snah Západu o zničení Ruska, ovšem již ne v takovém rozsahu, jako v informacích o zničené vojenské technice. O ruských útocích zničujících civilní a energetickou infrastrukturu na Ukrajině nebylo nalezeno žádné slovo v tomto kontextu. Nadpisy obsahující slovo „destroy“ byly nejpočetnější znovu na agentuře Interfax. Předposledním analyzovaným pojmem je slovo „church“ ve významu kostel nebo církev. Při zařazení tohoto slova do analýzy jsem předpokládal, že se ruská média budou snažit o demonizaci nepřítele prostřednictvím náboženství, které je v Rusku i na Ukrajině silně a dlouhodobě ukotvené. Článků obsahujících slovo „church“ bylo nalezeno pouze malé množství, přičemž třikrát o tomto tématu informovala Rossijskaja Gazeta pouze jednou a agentury Interfax ani TAAS žádný článek s tímto obsahem za první měsíc invaze nepublikovaly. V září roku 2022 Vladimir Putin prohlásil, že Západ se s jeho přístupem k Ukrajině přibližuje otevřenému satanismu (Rettman 2022). Na základě tohoto výroku jsem předpokládal, že článků s narativem náboženství bude více. Prvotním záměrem bylo hledat slovo satanism a religion, ovšem při předběžném testování jsem zjistil, že se v datech tyto pojmy nevyskytují. Mým předpokladem je, že tyto formulace by bylo možné častěji dohledat v již zakázaných médiích, která se vyznačovala hrubějším narativem. Slovo church tedy bylo jediným pojmem, který se v datech vyskytoval a zároveň odkazoval na téma náboženství.

Posledním analyzovaným pojmem je „crimi“ ve smyslu kriminálních kroků ze strany Ukrajiny a Západu spojených se samotným konfliktem. Dále toto slovo také prezentuje kroky, které Rusko vůči sobě vnímá jako kriminální. V poslední řadě toto slovo vyhledalo i několik nadpisů, kde byla zmíněna diskriminace Ruska či jeho obyvatel. Nadpisy s tímto pojmem se vyskytovaly ve všech médiích, nejvíce však v publikacích agentury Interfax s celkovým počtem 21.

Tabulka 2. – celkový počet nadpisů článků v jednotlivých médiích včetně prvního dne invaze

////////////////////	TAAS	INTERFAX	ROSS. GAZETA	ROSSIJA 1
nadpisů celkem	835	959	1080	1382
první den invaze	78	151	71	45

Druhá tabulka prezentuje celkové počty článků na jednotlivých médiích, přičemž pro samostatnou kategorii jsem zvolil i počet článků publikovaných v prvním dni invaze na Ukrajinu. Nejvíce článků za období 24.2.2022 až 24.3.2022 publikovalo médium Rossija 1 na svých internetových stránkách s celkovým počtem 1382 publikací. Zároveň toto médium vydalo za první den invaze pouze 45 článků, což je nejméně ze všech analyzovaných zdrojů. Druhým médiem publikujícím za stanovené období nejvíce článků byla Rossijskaja Gazeta, kterou následovala agentura Interfax a poté TAAS. Za první den invaze publikovala nejvíce článků právě agentura Interfax, jejichž celkový počet je 151. Oproti ostatním médiím se jedná o více než dvojnásobek, což je poměrně velký skok (viz Tabulka 2). Je důležité zmínit, že agentury TAAS a Interfax jsou zdroji s publikacemi v anglickém jazyce. To z nich dělá média, která mají nejvyšší dosah v zahraničí. U médií Rossija 1 a Rossijskaja Gazeta lze předpokládat orientaci na domácí publikum, všechny články zde jsou publikované v ruštině. Při samotné analýze jsem předpokládal, že nejvíce článků publikovaných za celé období i první den invaze bude spíše na médiích dominujících v Rusku. První předpoklad byl potvrzen, nýbrž počet publikací za první den konfliktu byl dominantně na zdroji, který se zaměřuje na informovanost zahraničí. Lze tedy tvrdit, že Rusko si svou image snaží v ostatních státech prezentovat velmi aktivně.

4.1 Zjištění z obsahové analýzy

Dle provedené obsahové analýzy stanovených médií lze konstatovat několik výsledků a interpretovat nová zjištění. Ruská média k tomuto tématu publikují velmi vysoké množství článků, čímž se snaží své prokremelské smýšlení a propagandu

prezentovat velmi intenzivně směrem k domácí i zahraniční audienci. Trvalé a intenzivní opakování tohoto narativu je možné jednoznačně zařadit mezi prvky propagandy v nedemokratickém režimu. Opakování je taktéž strategií, která se každého jedince snaží v určitém smýšlení přesvědčit (Crain, Nadler 2019: 379). Při pomyslném rozdělení analyzovaných médií na ta, která cílí na zahraniční recipienty (TAAS, Interfax), a ta, která cílí na domácí publikum (Rossija 1, Rossijskaja Gazeta), lze konstatovat, že pro domácí recipienty publikují média z hlediska počtu nejvíce článků. Pro zahraniční recipienty je pozorovatelný nižší počet článku, nýbrž emocionální apel byl dle analýzy v první tabulce jednoznačně silnější. Částečná kontradikce byla zřetelná právě v počtu samotných publikací, kdy byl nejvyšší celkový počet článků v médiích zaměřených na ruské recipienty, ale publikací v první den invaze bylo výrazně více na médiích s anglicky publikovanými texty. Nejvíce bylo toto číslo zřetelné u agentury Interfax, která za první měsíc konfliktu publikovala více než trojnásobek textů oproti internetovým stránkám Rossija 1.

Z první tabulky je možné z hlediska počtu výskytu analyzovaných slov konstatovat dominanci médií publikujících své texty primárně v anglickém jazyce. Z celkového počtu deseti analyzovaných pojmů se nejčastěji na těchto webech objevilo osm. Média s největším dosahem v samotném Rusku zmiňovala nejčastěji pouze dva pojmy z celkového počtu. Toto je dle mého názoru poměrně překvapivé zjištění a můj prvotní předpoklad byl naprosto opačný. Je možné konstatovat, že zdroj Russia Today, který z důvodu silných propagandistických výroků a následného zákazu ze strany Evropské unie nebyl pro analýzu využit, by tyto počty pravděpodobně do velké míry ovlivnil. V médiích orientovaných na ruské obyvatelstvo se tedy nejčastěji objevily pouze pojmy „nazi“ a „church“, které jednoznačně symbolizují další prvek propagandy, jímž je dehumanizace. Dalším zjištěním je vysoká četnost výskytů pojmů spojených s NATO a Západem, u kterých převládala agentura Interfax. Právě časté opakování těchto pojmů lze chápat také jako neustálé připomínání toho, že hrozba je v blízkosti a je zároveň velmi aktivní. Rusko se tedy dle provedené analýzy snaží i tyto pojmy v největší míře prezentovat právě zahraničí.

Aplikace stanovených kritérií byla v analýze rozdělena na čtyři jednotlivé kategorie, přičemž každou z nich poté prezentují vybrané pojmy. První kritérium znázorňující vymezení my vs. oni prezentují v nejvyšší míře pojmy NATO, Západ a nepřítel, což lze zařadit do kategorie prezentující samotného rivala. Druhé kritérium, které

se soustředí na definici Ruska jako „toho dobrého“ a Západu jako bezpečnostní hrozby interpretují pojmy hrozba, nacista a zničení. Tyto pojmy by se pro pomyslnou vyšší kategorii mohly označovat jako slova představující určité označení nebo nálepkování, popřípadě slovo kostel ještě představuje konstrukci nepřítele na základě náboženské tematiky. Kritérium číslo tři se zabývá interpretací Západu optikou Ruska s prvky dehumanizace. Do této kategorii je možné zařadit širší spektrum pojmů, které se mohou s ostatními kategoriemi prolínat. Pro potřeby této části analýzy byly zvoleny pojmy nacista, denacifikace, nepřítel, zničení, kostel a kriminální, přičemž u všech těchto pojmů lze počítat s výskytem dehumanizačních prvků. Posledním čtvrtým kritériem je legitimizace vojenských postupů ve válce na Ukrajině, pro které byly vybrány pojmy zničení, denacifikace, demilitarizace a znovu kriminální. Všechny tyto pojmy legitimizaci představují, příkladem může být prezentovaná snaha Západu zničit Rusko nebo kriminální jednání taktéž vůči Rusku. Slova denacifikace, demilitarizace a zničení mohou rovněž představovat konkrétní mechanismy, jak se protivníka zbavit. Skrze tyto pojmy je patrná provázanost celého tématu k otázce konstruování skutečného nepřítele, čímž je NATO. Konstruování tohoto obrazu je prováděno primárně prostřednictvím Ukrajiny, o jejíž budoucí směřování se nyní svádí mocenské soupeření.

Dalším neočekávaným zjištěním je velmi nízká četnost výskytu slova nepřítel, kde lze konstatovat záměr schovávat interpretaci nepřítele za zcela jiné nepřímé pojmy, například hrozba, kterým je možné ale interpretovat jakoukoliv hrozbu. Dále je možné percepci nepřítele skrýt za jiné přímé pojmy, například výše zmíněné NATO a Západ, které se již vyskytovaly ve větší míře. Slovo „enemy“ je možné také považovat za jakousi „vyšší kategorii“ prezentace samotného nepřítele, přičemž do této skupiny v určitém smyslu spadají právě pojmy „nazi“, „NATO“ a „West“. Slovo enemy lze považovat za zcela nejobecnější pojem, jak lze označit jiného aktéra za nepřátelského. Dle výsledku analýzy aktuálně Rusko prezentuje nepřítele primárně skrze odlišné pojmy, které nejsou vždy v narativu nepřítele zcela konkrétní.

Lze konstatovat, že pojem nepřítel není obecně vyžíván ve velké míře ani z hlediska historických událostí, jelikož samotný nepřítel se pro Rusko může měnit. Příkladem ve Studené válce byly nepřítelem jednoznačně Spojené státy. Konkrétní pojmenování nepřítele formou pojmů Západ, NATO nebo nacista již ukazuje na konkrétního aktéra. Slovo nepřítel může být pro interpretaci protivníka chápáno jako příliš obecné, a proto se v provedené obsahové analýze vyskytovalo v tak nízké míře.

Dalším zjištěním je celková komunikace agentury Interfax, kde byla nalezena největší četnost výskytu u šesti analyzovaných slov. Cíl tohoto média může být spojen například s dosahem Interfaxu v zahraničním prostředí, kde nejpočetněji prezentuje právě tyto pojmy. Interfax i například skrze pojem „kriminální“ nejčastěji poukazuje na fakt, že jednání proti Rusku je protiprávní. Možnou neangažovaností ruských médií směřovaných k ruskému publiku v interpretaci kriminálních činů je možné chápat způsobem, že například Rusové žijící mimo města s největším osídlením nevnímají pojem kriminální ve stejném kontextu jako obyvatelé v jiných částech Evropy. V západních zemích je tento pojem jednotně definován a z tohoto důvodu může být právě agenturou Interfax využíván.

U pojmu hrozba, který se nejvíce vyskytuje na agentuře Interfax, je možné také konstatovat určitou snahu obecněji prezentovat dané skutečnosti právě zahraničním recipientům. Z analýzy je také pozorovatelné, že v médiu Rossijskaja Gazeta a Rossija 1 se pojem hrozba objevuje výrazně méně, což opět podporuje tvrzení o konkretizaci hrozeb v médiích s primárně ruskými čtenáři. Konkrétnější je radikálnější. Pokud jsou v praxi používány konkrétní termíny jako nacista, nebude poté pravděpodobné použití abstraktních pojmů jako hrozba, nebezpečí či nepřítel. Za tímto faktem lze znovu spatřovat snahu o konkretizaci nepřítele, což je pro mechanismus vytvoření percepce nepřítele jednodušší. Interfax zmiňuje hrozbu více než trojnásobně častěji než například nacismus a nacisty. V tomto je možné spatřovat snahu o publikaci informací navenek více obecněji či abstraktně, přičemž směrem dovnitř jsou informace opět komunikovány konkrétněji. Lze spekulovat, zda Interfax i TAAS používají pojem „nazi“ v tak malém měřítku z důvodu, že čtenářům na Západě by prezentace ukrajinských nacistů přišla zcela nesmyslná. Analýza zde potvrdila tvrzení autorky Oleny Komar, která zmiňuje, že Rusko používá rozdílné narativy jak pro zahraniční informovanost, tak i pro audienci v samotném Rusku, kde je narativ více konkrétní a hrubý (Komar 2022: nečíslováno).

Dalším analyzovaným pojmem, který se násobně více objevil pouze na agentuře Interfax, je kriminální. Za tímto slovem je možné chápat záměr legitimizovat ruské postupy v ukrajinské válce, přičemž znovu je tento pojem nejvíce prezentován v médiích orientovaných na zahraniční sféru. Slovo „church“ a jeho nízký výskyt budí dojem, že Rusko se prostřednictvím náboženské tematiky nesnaží NATO a Ukrajinu intenzivně představovat jako hrozbu. Z výsledků vyplývá otázka, zda nebyl tento pojem pro analýzu zvolen nesprávně. Toto téma může být pouze okrajové, a proto je o něm okrajově psáno,

nebo také mohlo být definováno v rámci kultury jiným způsobem. Slovo může být moc úzké a může v analýze prezentovat pouze církev nebo kostel. V rámci stanovených kritérií se může zdát, že tento pojem není vůči ostatním až tak důležitý. Tímto je myšleno, že pro ruská média není zpráva o podobnosti či rozdílnosti ukrajinské víry až tak zásadní v porovnání se zprávou o tom, že Ukrajinec je nacista.

Jakou roli tedy hraje náboženství v konstrukci nepřítele? Zde lze zpochybnit například tvrzení autorky M. Vuorinen, která ve své publikaci *Enemy Images in War Propaganda* uváděla náboženství jako klíčový prvek při vymezení my vs. oni (Vuorinen 2012: 42). Dle této publikace je také tento prvek nezbytný při celkovém vytváření konstrukce nepřítele. Z obsahové analýzy vyplynula data, která toto tvrzení vyvrací. Je zde tedy otázka, zda bylo slovo „church“ pro potřeby analýzy formulováno nesprávně, nebo jen není náboženské vymezení pro ruskou propagandu tak podstatné. Z hlediska faktu, že evropská média občasně informují o ruských výročí týkajících se satanismu na Ukrajině, je zde také možnost, že v Rusku jsou články s touto tematikou publikovány na odlišných médiích, která pro analýzu využita nebyla (Reuters 2022b). Potenciálním zdrojem pro tyto hrubější formy vymezení nepřítele může být i zakázaný *Russia Today*.

Další otázkou z obsahové analýzy je právě míra, podle které byla zakázána média *Russia Today* a *Sputnik*. Zdroj *Russia Today* byl v zemích Evropské unie zakázán z důvodu šíření prostých dezinformací a manipulativních informací spojených s konfliktem na Ukrajině, přičemž toto ohlášení souviselo s balíčkem sankcí uvalených na vládu Vladimira Putina a režim běloruského prezidenta Lukashenka (Wintour, Rankin, Connolly 2022). Proč tedy nebyla zakázána i ostatní prokremelská média, která ruskou propagandu také šíří a jaké konkrétní hodnoty již přesahují určitý neakceptovatelný rámec, dle kterého je možné rozhodnout o zákazu určitého média? Zde je možné se pouze domnívat, že ruská média publikující své informace obecněji než ostatní, jsou pro západní čtenáře a novináře snesitelnější. Média, která pro denní nálepkování Ukrajinců využívají například nacistického narativu, by pravděpodobně západní recipient považoval za pobuřující a iracionální. Přesná kritéria, dle kterých je možné určité médium zakázat, ale nejsou jednoznačně stanovena.

Dále je možné konstatovat, že dle počtu výskytu analyzovaných pojmů lze jednoznačně tvrdit, že orientace agentury Interfax a TAAS je skutečně uzpůsobená pro zahraniční publikum a potenciálně západní novináře. Určité skupiny čtenářů čerpají

informace pouze z médií, ke kterým názorově tíhnou. Média samotná se utváří na základě názorového směřování určitých skupin populace. Lze předpokládat, že čtenáři čtou primárně média, se kterými názorově souzní a které prezentují dění obdobným názorovým způsobem, jaký oni sami akceptují. Reakce a názory jsou dle McLuhana velmi významné pro působení médií ve společnosti (McLuhan 1964: 18). Zjednodušeně lze tedy říci, že čtenář pravicově smýšlejících médií nebude a nechce číst zdroje s ideologicky levicovým zaměřením. Navazujícím předpokladem na toto zjištění je, že čtenář médií prezentujících zprávu vně Ruska se silnějšími emocionálními a konkrétnějšími pojmy nebude zároveň čtenářem zdrojů publikujících informace obecněji, a ne zcela přímo.

Je důležité zmínit, že populace v Rusku je velmi rozdílná z hlediska urbánních a rurálních oblastí. Ve městech lze předpokládat větší možnosti v získání informací nejen z hlediska typu média, ale i z hlediska jazyka. Osoby obývající venkovské či méně rozvinuté oblasti a zároveň starší populace pravděpodobně nemají ani na anglicky publikující média přístup, a pokud ano, panuje zde otázka, zda anglicky rozumí. Anglický novinář se dokáže logicky dostat na ruská média fungující vně státu a informace z nich získat, ruský občan z rurálních oblastí pravděpodobně přístup k ruským zdrojům publikujících v angličtině mít nemusí.

NATO je v kontextu ukrajinské krize jako nepřítel prezentováno několika rozdílnými narativy. V první řadě je nutné zmínit, že Rusko se snaží od NATO co nejvíce názorově a ideologicky distancovat. Z provedené analýzy je patrné, že západní země a jejich vlastnosti jsou negativní a pro Rusko ohrožující. Všechny nadpisy v analýze s pojmy symbolizující NATO a západní aktéry jsou skrze média vždy prezentovány v negativní konotaci. Již toto lze chápat jako snahu se proti nim intenzivně a nepřetržitě vymezovat. Ve snaze médií prezentovat Rusko jako dobrého aktéra a Západu jako bezpečnostní hrozby, lze spatřovat nejčastější snahy o toto vymezení právě skrze interpretaci pojmů nacista a hrozba. V tomto případě byl nacista více používán v médiích orientujících se na ruské publikum, pojem hrozba byl dominantně prezentován na médiích publikujících v anglickém jazyce. Z tohoto zjištění lze konstatovat intenzivní snahy ruské propagandy prezentovat NATO jako bezpečnostní hrozbu velmi frekventovaně právě směrem k zahraničním čtenářům. Prostřednictvím pojmů nacista, denacifikace, nepřítel, zničení, kostel a kriminální Rusko rovněž skrze svá média informuje o nebezpečnosti Západu. Tyto pojmy mají jednoznačně silnější emocionální

apel z hlediska snahy o dehumanizaci protivníka, kterou představují. Konkrétně pojmy nepřítel a kostel nejsou dle analýzy pro prezentaci NATO často využívány a jedná se spíše o občasné výskyty bez určité systematičnosti. V poslední řadě ruská média skrze pojmy kriminální a zničení legitimizují své postupy ve válce na Ukrajině, přičemž zde lze předpokládat, že hlavním cílem celé invaze je opět vystoupení proti NATO a jeho politice. Pojem zničení, který se v analýze objevoval početně na všech médiích, referoval právě ke snaze NATO zničit a destabilizovat Rusko a také informoval o ničení Západem dodávané techniky. Konstrukci nepřítele lze tedy ze strany Ruska spatřovat v mnoha nepřímých termínech, což se v provedené obsahové analýze zcela potvrdilo. Zdá se, že ruská percepce nepřítele je poměrně všestranná a v samotném Rusku rovněž efektivní.

5 Závěr

Obsahová analýza potvrdila, že ruská média konstruují NATO jako nepřítele několika různými způsoby. Při vytváření této percepce je patrné použití dvou rozdílných narativů, přičemž narativ obsahující konkrétní pojmenování nepřítele se vyskytuje převážně na médiích, která cílí na ruské obyvatelstvo. U druhého narativu, který se vyskytoval na anglicky publikujících ruských médiích se zaměřením na zahraniční čtenáře, je patrná snaha o konstrukci nepřítele skrze nepřímé a více abstraktní pojmy. Konkrétnější pojmy jsou v tomto případě radikálnější a z toho hlediska konstruují nepřítele jednodušeji. Abstraktní pojmy naopak mohou působit více obecněji nebo objektivněji, což je i cílem pro čtenost západními recipienty. Analýza také zjistila, že zdroje *Rossija 1* a *Rossijskaja Gazeta* mají za první měsíc výrazně více publikací než média *Interfax* a *TAAS*, což může poukazovat na snahy o nepřetržité opakování narativu o konstruování nepřítele směrem k ruským občanům. Výsledky analýzy rovněž reflektují nízkou četnost výskytu pojmu „nepřítel“, což značí snahy o prezentaci oponenta znovu odlišnými a konkrétnějšími pojmy.

Cíl práce, kterým bylo poskytnutí interpretace ruské konstrukce obrazu NATO jako nepřítele, byl prostřednictvím obsahové analýzy čtyř ruských médií naplněn, když poukázal na mechanismy této konstrukce, a to porovnáním četnosti vybraných slov. Zodpovězením výzkumných otázek lze tyto mechanismy interpretovat a shrnout následující zjištění. V první řadě je nutné konstatovat použití dvojího narativu vzhledem k cílové skupině recipientů těchto informací. Pojmy, které v Rusku silnou propagandu udržují a zároveň legitimizují vojenské kroky v konfliktu na Ukrajině, jsou nejčastěji rétoricky definované nacismem, hrozbou nebo zničením. Důležitým prvkem v interpretaci těchto pojmů ruskými médii je jejich dehumanizační aspekt, což má na společnost ovládanou propagandou upevňující efekt. Tento efekt je, v odpovědi na druhou výzkumnou otázku, umocňován často používanými slovy, kdy za první měsíc invaze je to „NATO, Západ a zničení“. První dva pojmy definují samotného aktéra, přičemž pokud je obraz nepřítele konstruován jako ohrožující, značí to nejen blízkost a naléhavost hrozby, ale zároveň poukazuje na nutnost tuto hrozbu zmenšit, nebo přímo odstranit, jak naznačuje třetí nejčastěji se vyskytující slovo „zničení“. V neposlední řadě tato práce jednoznačně potvrdila, že se ruská konstrukce nepřítele na základě historických zkušeností opakuje. Označení určitého národa jako nacistů bylo již využito jak při

snahách o destabilizaci Estonska, tak i při invazi do Gruzie. Lze říci, že Rusko má v aktuální době vytvořený určitý koncept, prostřednictvím něhož si obraz nepřítele vytváří. Propaganda je v tomto případě cestou, jak na nepřítele poukázat, označit ho, destabilizovat a jak své činy obhájit před ostatními aktéry mezinárodního prostředí. Jak ukázala data z obsahové analýzy, použití narativu odkazujícího k nacismu a hrozbě je pro Rusko nejen cestou, jak prosadit svoje zájmy v regionu, ale i způsobem, jak je ospravedlnit.

Výzkum problematiky, kterou se zabývá tato bakalářské práce, by mohl být potenciálně rozšířen o analýzu dalších ruských médií s velkým dosahem na domácí půdě. Analýza obsahující větší počet médií by zajistila širší spektrum informací, jak je percepce nepřítele konstruována. V čistě lokálních ruských zdrojích by mohla být percepce nepřítele interpretována dalšími odlišnými pojmy, které se v největších médiích neobjevují. Zajímavým rozšířením by bylo i zapojení zdrojů Russia Today a Sputnik, které vzhledem k aktuálnímu evropskému zákazu není možné legálně analyzovat.

Seznam literatury a použitých zdrojů:

BBC (2023). *Russia media guide* (<https://www.bbc.com/news/world-europe-17840134>, 15.3.2023).

Bernard, Russell H. – Ryan, Gery W. (2010). *Analyzing Qualitative Data Systematic Approaches* (Thousand Oaks: Sage Publications).

Brown, James A. C. (1963). *Techniques of Persuasion: From Propaganda to Brainwashing* (Harmondsworth: Penguin Books).

Bulanova, Anhelina (2023). The Comparison of Russian Propaganda: From the Years 1917–1921 to Nowadays. In: Kamionka, Mateuzs: Łukasik, Przemysław (Eds.) *Different Shades of the Past: History as an Instrument of Contemporary International Conflicts* (Berlin, Boston: De Gruyter Oldenbourg), s. 193–208).

Council of the EU (2022). *EU imposes sanctions on state-owned outlets RT/Russia Today and Sputnik's broadcasting in the EU*, 2.3.2022 (<https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2022/03/02/eu-imposes-sanctions-on-state-owned-outlets-rt-russia-today-and-sputnik-s-broadcasting-in-the-eu/>, 14.3.2023).

Crain, Matthew – Nadler, Anthony (2019). Political Manipulation and Internet Advertising Infrastructure. *Journal of Information Policy*, 9, s. 370–410.

Cuncic, Arlin (2022). How Does Propaganda Work? *VeryWell Mind*, 12.4.2022 (<https://www.verywellmind.com/how-does-propaganda-work-5224974#toc-what-is-the-goal-of-propaganda>, 7.3.2023).

Dickinson, Peter (2022). NATO, Nazis, Satanists: Putin is running out of excuses for his imperial war. *Atlantic Council*, 8.11.2022 (<https://www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/nato-nazis-satanists-putin-is-running-out-of-excuses-for-his-imperial-war/>, 8.3.2023).

Dowling, Tim (2017). 24-hour Putin people: my week watching Kremlin 'propaganda channel' RT. *The Guardian*, 29.11.2017 (<https://www.theguardian.com/media/2017/nov/29/24-hour-putin-people-my-week-watching-kremlin-propaganda-channel-rt-russia-today>, 16.3.2023).

Faiola, Anthony (2022). How millions of Russians are tearing holes in the Digital Iron Curtain. *The Washington Post*, 6.5.2022 (<https://www.washingtonpost.com/world/2022/05/06/russia-vpn-putin-censorship-disinformation/>, 24.3.2023).

Jowett, Garth – O'Donnell, Victoria (2006). *Propaganda and Persuasion* (Thousand Oaks: Sage Publications).

- Kaplowitz, Noel (1990). National Self-Images, Perception of Enemies, and Conflict Strategies: Psychopolitical Dimensions of International Relations. *Political Psychology* 11(1), s. 39–82.
- Khaldarova, Irina – Pantti, Mervi (2016). Fake News. *Journalism Practice* 10(7), s. 891–901.
- Komar, Olena (2022). Soft Power and Propaganda in the Russian-Ukrainian War: Epistemological Analysis. *Almanac of Ukrainian Studies* (Kyiv: Taras Shevchenko National University of Kyiv).
- Krippendorff, Klaus (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (Thousand Oaks: Sage Publications).
- Lieber, Keir A. – Press, Daryl G. (2013). The New Era of Nuclear Weapons, Deterrence, and Conflict. *Strategic Studies Quarterly*, 7(1), s. 31–42.
- Mathers, Matt (2022). Russian Duma passes law giving 15-year prison sentences for spreading ‘false information’ about military. *Independent*, 4.3.2022 (<https://www.independent.co.uk/news/world/europe/ukraine-war-latest-russia-law-b2028440.html>, 18.3.2023).
- McKew, Molly (2017). The Gerasimov Doctrine. *Politico magazine* (<https://www.politico.com/magazine/story/2017/09/05/gerasimov-doctrine-russia-foreign-policy-215538/>, 6.3.2023).
- McLuhan, Marshall (1964). *Understanding Media, The extensions of man* (London: Routledge).
- MVČR (nedatováno). *Definice dezinformací a propagandy* (<https://www.mvcr.cz/chh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>, 14.2.2023).
- NCSI (nedatováno). *National Cyber Security Index* (<https://ncsi.ega.ee/>, 2.3.2023).
- Neuendorf, Kimberly A. (2002). *The Content Analysis Guidebook* (Thousand Oaks: Sage Publications).
- Pavlásková, Marie (2018). Blanka Soukupová: Konstrukce nepřítelů vždycky funguje stejně. *Fakulta humanitních studií UK*, 30.4.2018 (<https://fhs.cuni.cz/FHS-1938.html>, 23.3.2023).
- Peleschuk, Dan (2023). NATO criticises Putin's 'dangerous and irresponsible' nuclear rhetoric. *Reuters*, 27.3.2023 (<https://www.reuters.com/world/europe/ukraine-security-chief-says-basing-russian-nuclear-weapons-belarus-will-2023-03-26/>, 27.3.2023).

- Petrusek, Miloslav (nedatováno). Analýza obsahová (MSgS). *Sociologická encyklopedie* ([https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Anal%C3%BDza_obsahov%C3%A1_\(MSgS\)](https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Anal%C3%BDza_obsahov%C3%A1_(MSgS))), online 2.4.2023).
- Rettman, Andrew (2022). Putin declares holy war on Western ‚satanism‘. *EUobserver*, 30.9.2022 (<https://euobserver.com/world/156188>, 21.3.2023).
- Reuters (2022a). Liberal Russian radio station closes after pressure over Ukraine. 3.3.2022 (<https://www.reuters.com/world/europe/liberal-russian-radio-station-dissolved-editor-2022-03-03/>, 17.3.2023).
- Reuters (2022b). Medvedev says Russia is fighting a sacred battle against Satan. 4.11.2022 (<https://www.reuters.com/world/europe/medvedev-says-russia-is-fighting-sacred-battle-against-satan-2022-11-04/>, 29.3.2023).
- Robinson, Piers (2018). Does the Propaganda Model Actually Theorise Propaganda? In: Pedro-Carañana, J., Broudy, D. and Klaehn, J. (eds.). *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness* (London: University of Westminster Press), s. 53–67.
- Schmiedová, Kateřina (2022). Russia Today dál šíří do Evropy prokremelskou propagandu. Našla klíčky, jak na to, zjistili analytici. *iRozhlas*, 22.8.2022 (https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/russia-today-ru-web-dezinformace-prokremelska-propaganda_2208222207_ako, 15.3.2023).
- Selhorst, Tony (2016). Russia's Perception Warfare. *Militaire Spectator*, 22.4.2016 (<https://militairespectator.nl/artikelen/russias-perception-warfare>, 6.3.2023).
- Sion, Liora (2017). Enemy Making. In Joseph, Paul, *The SAGE Encyclopedia of War: Social Science Perspectives* (London: Sage Publications), s. 586–589.
- Thomson, Oliver (1977). *Mass persuasion in history: An historical analysis of the development of propaganda techniques* (New York: Crane, Russak & Co.).
- Vuorinen, Marja (2012). *Enemy Images in War Propaganda* (Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing).
- Walton, Douglas (1997). What Is Propaganda, and What Exactly Is Wrong with It. *Public Affairs Quarterly*, 11(4), s. 383–413.
- Wintour, Patrick – Rankin, Jennifer – Connolly, Kate (2022). EU to ban Russian state-backed channels RT and Sputnik. *The Guardian*, 27.2.2022 (<https://www.theguardian.com/media/2022/feb/27/eu-ban-russian-state-backed-channels-rt-sputnik>, 29.3.2023).

Analyzovaná média:

Interfax (nedatováno). Military operation in Ukraine (<https://www.interfax.ru/chronicle/voennaya-operacziya-na-ukraine.html>).

Rossijskaja Gazeta (nedatováno). Ukraine (<https://rg.ru/tema/mir/sodrugestvo/ukraina>).

Rossija 1 (nedatováno). Special operation (https://smotrim.ru/vesti/specoperaciya?utm_source=internal&utm_medium=vesti2&utm_campaign=vesti3-rubrics).

TAAS (nedatováno). Military operation in Ukraine (<https://tass.com/military-operation-in-ukraine>).

Resumé

This bachelor thesis examines the Russian construction of NATO as an enemy image in the example of the Russian invasion of Ukraine. The thesis first introduced the theoretical framework by introducing the concepts of propaganda and enemy construction, basing these theories on individual cases as Russia has already used them, for example, in the context of efforts to destabilize Estonia and in the invasion of Georgia. The thesis also provides an overview of the four Russian media outlets analysed, which are TAAS, Interfax, Rossiyskaya Gazeta and Rossiya 1.

The main aim of the thesis was to provide information on the specific ways in which Russia constructs the perception of the enemy through the media. This was achieved by conducting a content analysis of the aforementioned media outlets, focusing on individual article headlines in relation to the conflict in Ukraine in the first month of the invasion itself. The content analysis revealed that Russia uses two different narratives in its propaganda communication, which differ primarily in the crudeness and straightforwardness of naming the enemy. Interfax and TAAS sources, which publish in English, were found to interpret the enemy in a non-specific and very general way. On Rossiyskaya Gazeta and Rossiya One, which primarily target Russian audiences, naming was found to be specific, examples being the association of Ukrainians with Nazis or the often repeated statements representing attempts to directly destroy Russia. A representation of the frequency of each term appearing in the headlines has been presented in a table from which these media can be compared with each other. The frequent occurrence of these terms confirmed that Russia is trying to construct the image of NATO as an enemy in several ways, and that the rhetoric interpreting these efforts is almost ubiquitous and highly repetitive in the Russian media.

Following the content analysis, the research questions were also answered, confirming that Russia's construction of the enemy consists primarily of recurring rhetoric defined by Nazism, threat, or destruction. All of these terms also have a dehumanizing aspect through which the enemy can be identified as an actor devoid of human factors. Finally, it has been found that the Russian construction of the enemy is repeated in the example of Ukraine and earlier historical events. Using a narrative linking it to the Nazis can be concluded that Russia plans to advance its power interests in the region.