

BEDNY KOMUNISMU – PROPAGANDA

AKTIVITA: V ZAJETÍ PROPAGANDY

Anotace:	<p>Prostřednictvím aktivity si žáci uvědomí nástroje komunistické propagandy a její vliv na každodenní realitu v Československu.</p> <p>Vede žáky k zamyšlení nad tím, jak propaganda funguje, jak pracuje s emocemi, a jak se snaží ovlivňovat její příjemce.</p>
Vzdělávací oblasti a obsahové vzdělávací okruhy:	<p>ZV a GV: jazyk a jazyková komunikace, člověk a společnost</p> <p>OV: jazykové vzdělávání a komunikace, společenskovední vzdělávání / občanský vzdělávací základ</p>
Průřezová témata:	<p>ZV a GV: OSV, VDO (ŽS), VMEGS</p> <p>OV: OVDS</p>
Klíčové kompetence:	<p>ZV a GV: k učení, k řešení problémů, komunikativní, sociální a personální, občanské</p> <p>OV: k učení, k řešení problémů, komunikativní, personální a sociální, občanské kompetence a kulturní povědomí</p>
Doporučený věk:	13+
Cíle:	<p>Žáci:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ na základě vybraných předmětů a dokumentů analyzují propagandistická sdělení▪ uvědomí si důležitost významu emocí při přijímání a šíření propagandy▪ na konkrétních příkladech dokážou vysvětlit, jakým způsobem zasahovala komunistická propaganda do životů jednotlivců
Délka:	45 min.
Pomůcky:	<ul style="list-style-type: none">▪ předměty a dokumenty z Bedny komunismu▪ PRACOVNÍ LIST pro každou skupinu▪ MATERIÁL pro každou skupinu▪ INFORMAČNÍ TEXT▪ LIST PRO UČITELE▪ tabule/flipchart▪ psací potřeby
Postup:	<ol style="list-style-type: none">1. Nejdříve se ptáme žáků, k čemu slouží reklama a jaké používá nástroje. Rozdáme jim materiál,

ve kterém budou pracovat na rozboru současné reklamy na čokoládu (**MATERIÁL I**). Žáky vedeme k tomu, aby přišli na to, jakými prostředky se autoři snaží přesvědčit zákazníky, aby si koupili právě tento produkt. Žáky vedeme k tomu, aby si uvědomili, jak autoři pracují s emocemi a jaké pocity mají v divákovi vyvolat. Jejich postřehy zapisujeme na tabuli/flipchart.

2. Po zodpovězení vyzveme žáky k tomu, aby hledali souvislost mezi pojmy *reklama* (marketing) a *propaganda* a zaměřili se rovněž na to, čím se od sebe reklama a propaganda liší. Postřehy zapisujeme na tabuli/flipchart.
3. Poté žáci obdrží **MATERIÁL II** (dobový plakát a jednu z možných definic pojmu propaganda) a porovnáním plakátu a obecné definice na konkrétních příkladech odhalují prvky charakteristické pro propagandu.
4. Následně žáky rozdělíme do tří až pětičlenných skupin. Každá skupina obdrží jeden předmět nebo dokument z Bedny komunismu a **PRACOVNÍ LIST**.
5. Na vyplnění otázek z **PRACOVNÍHO LISTU** necháme několik minut.
6. Skupiny postupně obejdeme, pohovoříme se žáky a v případě potřeby je nasměrujeme k cíli.
7. Mluvčí skupiny následně před třídou prezentují vybraný předmět nebo dokument a odpovídají na otázky z **PRACOVNÍHO LISTU**.

Poznámka: Pokud máte dostatek času, můžete promítnout některý z doporučených filmů a využít jej jako podnět k diskuzi o nástrojích, kterými propaganda manipuluje.

Reflexe:

Reflexe probíhá formou řízené diskuze. Mělo by zaznít, že propagandistická manipulace funguje zpravidla na vyvolávání emocí. Přiměje nás identifikovat se s obsahem sdělení, nebo se vůči němu naopak nějakým způsobem vymezit. Mezi emoce, na které tvůrci propagandistických sdělení cílí, patří například strach, vztek, nenávisť, frustrace, závist, ale také pocity hrdosti, sounáležitosti či zadostiučinění.

Poznámka:

Budeme rádi, pokud žáky vyzvete, aby našli podobné materiály / prameny ve svém okolí – pátrali v rodině, v knihovně, v místním archivu nebo kronice. Na další hodinu materiály přinesou, představí spolužákům a společně vyberou ty, které se ve třídě / ve školní chodbě / v knihovně vystaví.



The advertisement features a central photograph of a smiling family—a mother, a young girl, and a father—gathered around a table. The mother is holding a small Orion chocolate bar. In the foreground, several Orion chocolate bars are displayed, including 'Horčák', 'Kaktus', 'Lemňky', 'Rodinná', 'Horká Mlečná', and 'Mlečná'. The Orion logo, featuring a star and the year 1896, is prominently displayed in the top left corner. The background is a bright, indoor setting with a plant and a window. The overall tone is warm and family-oriented.

Orion
1896

Horčák
Orion
1896
RODINNÁ

Kaktus
Orion
1896
RODINNÁ

Lemňky
Orion
1896
RODINNÁ

Horká Mlečná
Orion
1896
RODINNÁ

Mlečná
Orion
1896
RODINNÁ

100% UDRŽITELNÉ KAKAO

**VYBERTE SI TÚ PRAVÚ
ORION RODINNŮ**

Na propagandu lze pohlížet jako na marketing; cílem však není prodat lidem hrušky ani jablka, ale ovlivnit jejich názory v souladu se záměrem propagandisty. Cílovému publiku jsou předkládána pečlivě vybraná sdělení, nežádoucí informace a myšlenky jsou naopak potlačovány. Na fakta se při tom tolik nehledí. Toto ovlivňování se může odehrávat takřka kdekoliv (na náměstí, v kině, na bitevním poli, na internetu) a prostřednictvím různých médií (knihy, plakáty, sochy, noviny, rozhlas, sociální sítě apod.). Propagovaná sdělení mají být jednoduchá, dobře zapamatovatelná, jednoznačná a mají v příjemcích vzbuzovat emoce.

Z publikace *O pravdu? Člověk v tísní*, 2018



Z výstavy *Sliby vs. Realita*

Analýza dobové propagandy

Stručný popis pramene	
„ČERNÁ A BÍLÁ“ Co je označeno jako dobré? Co je naopak označeno jako špatné, hodné zavržení?	
Kterými konkrétními prostředky se snaží tento pramen působit na emoce? Jaké pocity má vyvolat?	
Co chtějí autoři, abychom si mysleli? O čem nás chtějí přesvědčit?	

Další doporučené materiály:

- Výstava *Sliby versus realita a Jménem republiky a jejího lidu*
- Lekce Komunistická propaganda
- Vzpomínáme

Ukázka očekávaných odpovědí:

MATERIÁL I

Tvůrci reklamy na čokoládu se snaží oslovit zákazníky různého věku, nabízí širokou paletu svých výrobků, která by měla zasáhnout každého konzumenta. Lidé na fotografii vypadají uvolněně, smějí se, vytváří pocit štěstí, dobré nálady a rodinné pohody. Na rozdíl od běžných rodičů ti z reklamy dítěti čokoládu nezakazují, ale jsou naopak rádi, že si jejich dcera vybrala tu pravou. Idylický obraz šťastné rodiny je podpořen i slovně – „rodinná“ čteme na obalu čokolád dole na samotné reklamě. O tom, že čokoláda neohrožuje zdraví a nebyla vyrobena postupy ničícími životní prostředí, má přesvědčit známka kvality dole „100 % udržitelné kakao“.

MATERIÁL II

Plakát má přesvědčit lidi, aby volili komunisty. Odevzdání hlasu komunistům má přinést radostný život a naději, zejména pro mladou generaci. Sdělení je jednoduché, dobře zapamatovatelné, neobsahuje nic z volebního programu, pouze cílí na emoce v jednoduché zkratce mladí = radost = skvělá budoucnost (zasněný pohled do dálky). Není tam ani přímočaře vyjádřená symbolika KSČ, v pozadí je zřetelná trikolóra jako odkaz na to, že volba bude v souladu s potřebami a cíli celého národa.

Konfrontace hesla a pramene:

Na propagandu lze pohlížet jako na marketing... → reklama na šťastnou budoucnost

... ovlivnit jejich názory v souladu se záměrem propagandisty → snaha přesvědčit, že každý mladý člověk zákonitě musí volit komunisty

...předkládána pečlivě vybraná sdělení, nežádoucí informace a myšlenky jsou naopak potlačovány... → jiná možnost, než radostný život není připuštěna

Na fakta se při tom tolik nehledí... → neobsahuje žádná fakta, program, slib

Propagovaná sdělení mají být jednoduchá, dobře zapamatovatelná, jednoznačná a mají v příjemcích vzbuzovat emoce... → jednoduché sdělení, prázdné sliby, konstatování, které nelze empiricky ověřit

Viz článek *Kdo seje vítr*

Stručný popis pramene.	Novinový článek <i>Kdo seje vítr</i> je rozhořčená reakce na petici Několik vět.
„ČERNÁ A BÍLÁ“ <i>Co je označeno jako dobré? Co je naopak označeno jako špatné, hodné zavržení?</i>	Co je špatné: Charta 77, která má rozložit společnost a státem řízené organizace, obnovit kapitalismus. Samotná petice je líčena jako nebezpečí, které má bezpečný svět socialismu přivést do katastrofy. Její autoři údajně usilují o posílení popularity, nejednají nezávisle, ale jsou vzdáleně řízeni USA. Co je dobré: Komunisty řízené Československo, socialismus, centrálně řízená ekonomika, současný stav společnost
<i>Kterými konkrétními prostředky se snaží tento pramen působit na emoce? Jaké pocity má vyvolat?</i>	Snaží se vyvolat strach, obavy, autoři vyhrožují krizí, rozvratem a návratem kapitalistů. Pisatel textu se snaží kritiky režimu demonizovat jako vrahy, kteří čekají na odplatu formou pouličních poprav. Má ve čtenářích vyvolat hněv a nenávisť vůči oponentům režimu.
<i>Co chtějí autoři, abychom si mysleli? O čem nás chtějí přesvědčit?</i>	Text se snaží čtenáře přesvědčit, že vznik petice je součástí širšího plánu k rozvratu spokojeného života slušných (tj. poslušných) občanů. Na závěr jsou čtenáři ujištěni, že se režim neleká kritiky a je ochoten tvrdě zareagovat.