

I.

ČEMU ČELÍME?

FAKE NEWS, DEZINFORMACE A FÁMY

„Vůbec nic jsem neplatil a ta částka taky nesouhlasí.“

Tomáš Ujfaluši

S pojmem *fake news* se již každý nepochybně setkal. Kouká na nás z obálek novin, internetových stránek a není dne, aby se neobjevil na twitterovém účtu amerického prezidenta Donalda Trumpa. Jde o moderní chytlavé sousloví, které označuje úmyslně nepravdivé nebo zavádějící informace, které se objevují v médiích a na sociálních sítích. Skutečnost, že tu máme nový pojem, však automaticky neznamená, že máme tu čest s novým fenoménem. V případě *fake news* totiž nejde o nic jiného než o *dezinformace*, které tu s námi už nějakou dobu jsou. Jak napovídá již název, jejich podstatou je nějaká informace. Problém je, že ona informace je nepravdivá, nebo přinejmenším zavádějící, a její autor sleduje jeden jediný cíl – ovlivnit a zmanipulovat příjemce. Takovým příjemcem může být jak široká neinformovaná veřejnost, tak i nějaká specifická část obyvatelstva, například politici. K šíření dezinformací může sloužit celé spektrum sdělovacích prostředků od denního tisku přes televizní vysílání až po sociální síť. Ve srovnání s minulostí je znatelný rozdíl v rychlosti jejich šíření. Zatímco před třiceti lety mohlo trvat několik měsíců, než *dezinformace* oběhla celý svět, dnes se to může stát během jediné hodiny.

V odborné literatuře se lze také setkat s pojmem *misinformace*, česky bychom řekli *fáma*. Oba pojmy – *dezinformace* i *fáma* – mají společný nepravdivý či zavádějící obsah, na rozdíl od *dezinformace* je však *fáma* šířena bez vědomí, že se jedná o lež. Příkladem *fámy* mohou být klasické drby nebo tzv. *urban legends*, tedy historky o lidech, kterým se stala nějaká zvláštní příhoda. Cílem vypravěčů těchto „městských legend“ není nikoho úmyslně obelhat, ale podělit se o zajímavý příběh, o jehož pravdivosti mohou být pochyby. Často tak za nimi nestojí nic jiného než snaha o zviditelnění, což nám připomíná, jestli už jste slyšeli, co se stalo známému známého našeho kolegy...

Ale zpět k *dezinformacím* a *fake news*. K tomu, aby *dezinformace* úspěšně dopadla na úrodnou půdu, je nutné, aby byla uvěřitelnou a zakládala se částečně na věrohodných informacích. Pokud do světa vypustíme informaci o tom, že kandidát

na prezidenta Josef Novák je ve skutečnosti vesmírný židozедnářský ještěr, moc lidí se na to nejspíš nenachytá. Pokud ale zaútočíme na financování kandidátovy kampaně, zpochybníme důvěryhodnost transparentního účtu a kandidátovy dárce, vymyslíme si pár falešných svědků a zfalšované účetní knihy, oslovíme mnohem větší část publika a je docela možné, že v očích některých voličů kandidáta zdiskreditujeme.

Dalším faktorem rozhodujícím o uvěřitelnosti dezinformace je její přizpůsobení se kulturnímu kontextu. Pokud ve Francii obviníme osobu z pálení Bible, bude to mít menší dopad, než kdybychom v Pákistánu někoho obvinili z pálení Koránu. Posledním důležitým předpokladem je, aby se k publiku dezinformace dostala více kanály. Pokud si náš premiér přečte o nevhodných poznámkách na svou osobu z úst prezidenta jiného státu na jedné obskurní internetové stránce, nebude tomu přikládat váhu. Pokud se k němu ale tato informace dostane z novin, televize i sociálních sítí, dopad může být ohromný. I proto dezinformační zprávy často obsahují výzvu k dalšímu sdílení a šíření.

KDE SE DEZINFORMACE VZALY?

„Sice to není pravda, ale mohla by být.“

JUDr. Klára Samková, Ph.D.

Jak jsme si řekli, dezinformace nejsou žádnou novinkou. Pokud jsme se s tímto pojmem v médiích donedávna příliš nesetkávali, bylo to kvůli tomu, že celá desetiletí výraz patřil do profesního slovníku druhého nejstaršího řemesla – špiónů, agentů a vyzvědačů. A i když jde o poměrně mladé slovo, samotné aktivity s ním spojené jsou staré jako lidstvo samo. Vojevůdci, vládci i další významné osobnosti se napříč lidskou historií uchýlovali k oklamávání svých protivníků pomocí toho, co dnes nazýváme dezinformace. Zpravidla se tak dělo ve snaze získat výhodu ve válce nebo v politickém souboji, ale až s rozvojem masmédií a zejména pak online sociálních sítí se dezinformace staly takřka zbraní hromadného ničení.

Kde a kdy se tedy slovo dezinformace vzalo? To je otázka, na kterou podle různých odborníků existuje více odpovědí. Pro naše účely bohatě postačí, když se budeme soustředit na tu nejrozšířenější a nejpravděpodobnější verzi. V angličtině se výraz *disinformation* poprvé objevil v padesátých letech 20. století, ale i tak trvalo dalších třicet let, než si našel cestu do slovníků. Angličtina však není původním jazykem

tohoto slova. Dezinformace má původ v ruském slově *dezinformatsiya*. Nejranější zmínka pochází z roku 1923, kdy v rámci ruské tajné policie a zpravodajské služby *Státní politická zpráva* (GPU) vzniklo na popud zástupce ředitele Józefa Unslichta speciální oddělení s úkolem šířit dezinformace v rámci zpravodajských operací. V Sovětském svazu se jednalo o velmi pečlivě trénovanou zpravodajskou disciplínu, která se stala jedním z nástrojů toho, co sověští rozvědčíci nazývali *aktivní opatření* (aktivnyje meroprijatija). Jde o poměrně obecný název pro aktivity, které jsou využívány k ovlivnění rozhodovacích procesů v cizích státech. Na začátku padesátých let se slovo dostalo i do povědomí odborníků v anglojazyčných zemích. Až do osmdesátých let ho ale používala jen zpravodajská komunita, jelikož slovo bylo chápáno především jako aktivita spojená se zpravodajským řemeslem. V podstatě až v posledních letech slovo proniklo i do médií a mezi širokou veřejnost.

Dezinformace aktivně využívaly všechny strany bojující ve světových válkách a v mnohem větší míře našly uplatnění také ve válce studené, kde této praxi zcela jednoznačně vévodily zpravodajské služby států Varšavské smlouvy, včetně Československa. Není od věci zmínit, že českoslovenští dezinformátoři patřili mezi světovou špičku a západní zpravodajci se pod pokličku procesu vytváření dezinformací ve východním bloku podívali až poté, co k nim v roce 1968 přeběhl vysoko postavený příslušník československé Státní bezpečnosti (StB) Luděk Bittman. O této dezinformační superstar si za chvíli povíme více v souvislosti s operací Neptun.

HISTORICKÉ PŘÍKLADY DEZINFORMACÍ

Pojďme si představit několik historických příkladů, které nám ukážou, že se opravdu nejedná o fenomén posledních několika let. Tyto příklady nám zároveň pomohou pochopit, jak dezinformace fungují a k čemu mohou sloužit.

Themistoklés – jak mohou dezinformace vyhrát válku

Učebnicový příklad využití dezinformací ve válce můžeme najít v antickém Řecku během druhé řecko-perské války (480–479 př. n. l). Athénskému vojevůdci Themistoklovi se podařilo perského krále Xerxese obelstít hned dvakrát. Jednou z nejsilnějších částí perské armády byly obrněné oddíly řeckých válečníků, které se ke Xerxesovi z různých důvodů přidaly a v boji proti alianci svých krajanů

mohly představovat rozhodující sílu. Themistoklovi se pomocí falešných zpráv poslaných po zdánlivě uprchlých otrocích podařilo přesvědčit Peršany, že Řekové bojující v jejich službách jsou nespolehliví a během bitvy by mohli přejít zpět na stranu nepřítele. Vzhledem k tomu, že v těchto dobách nebyla taková zběhnutí nijak výjimečná, Xerxes dezinformacím uvěřil a řecké oddíly do boje nenasadil. Druhým případem s mnohem fatálnějšími důsledky byla Themistoklova zpráva Xerxesovi o vnitřních sporech v řecké flotile kotvící u Salamíny. Podle této zprávy měla velká část řeckých lodí v úmyslu prchnout, a tak se Xerxes rozhodl poslat perské lodě do úzké úžiny mezi ostrovem Salamis a pevninou, aby útěku zabránil. Námořní převaha Peršanů však byla v úzkém prostoru k ničemu a mnohem pohyblivější řecké lodě v námořním střetu zvítězily. To vše díky dobře načasované dezinformaci.

Operace Trust – důvěra předchází pád

Na předchozích stránkách jsme vznik pojmu dezinformace přiřkli sovětským špiónům. Jednou z jejich prvních úspěšných dezinformačních kampaní byla operace Trust. Jejím cílem bylo identifikovat monarchisty a odpůrce bolševismu, a pokud byli v exilu, přilákat je do Sovětského svazu, kde už by se s nimi vládní moc dokázala vypořádat. Toho sovětská tajná policie a zpravodajská služba GPU dosáhla zřízením falešné odbojové organizace Trust, která byla skrz na skrz prošpikována bolševickými agenty. Zároveň v ní však figurovala řada přesvědčených odpůrců režimu, kteří díky volné struktuře skupiny o infiltraci agentů neměli ani ponětí. Bolševici tyto nic netušící odpůrce režimu nechávali pracovat a důkladně jejich aktivitu monitorovali v naději, že odhalí další. Operace byla pro Sověty úspěšná. Mimo jiné se jim podařilo zajmout britského tajného agenta Sidney Reillyho, kterého brutálně vyslýchali a následně popravili.

Vylodění v Normandii – nejvýznamnější dezinformační kampaň v historii

Zlatým věkem dezinformací byla od začátku do konce druhá světová válka. Obzvláště totalitní režimy mají velký sklon pomáhat si k loajalitě obyvatel dezinformacemi. Ty také byly jedním z prostředků, kterými Adolf Hitler přesvědčil Němce o správnosti nacistických idejí. Dezinformace však sloužily i v boji a při plánování vojenských operací protistrany. Pravděpodobně nejúspěšnější dezinformační kampaň v lidské historii se uskutečnila jako součást příprav operace Overlord, známé také jako vylodění v Normandii. O tom, že spojenci usilují o otevření další evropské fronty, Hitler i jeho generálové dávno

dobře věděli. Nevěděli ovšem kde a kdy k tomu dojde. Z toho důvodu nechal Hitler vybudovat od Španělska až po Norsko tzv. Atlantický val, systém pobřežních opevnění, která měla zabránit případnému spojeneckému pokusu o vylodění. Spojenci v čele s generálem Dwightem Eisenhowerem jako nejvhodnější místo zvolili francouzskou Normandii. Francouzské pobřeží však bylo těžce opevněné, a pokud by Němci věděli, že se spojenecké síly budou vylodovat zde, operace by skončila krvavou lázní. Proto bylo nutné Němce oklamat a přesvědčit je, že k vylodění dojde jinde a později.

Jako místo fingovaného vylodění byla zvolena oblast Pas de Calais, která je k britským ostrovům leteckou čarou z celé Francie nejbliže (zhruba 36 km přes La Manche). Zbývalo už jen přesvědčit Němce. O to se měla postarat operace Bodyguard, která se skládala z řady dílčích operací, z nichž za zmínku stojí zejména Quicksilver. V rámci ní vznikla celá „papírová“ (fyzicky neexistující) První armádní skupina pod velením generála Pattona. Ta byla umístěna v jihovýchodní Anglii a samozřejmě nechyběla fingovaná rádiová vysílání o přesunech divizí a jejich stavech. Třetí prvek tohoto takřka divadelního představení představovaly kulisy a rekvizity v podobě nafukovacích maket vylodovacích plavidel a infrastruktury nutné k jejich provozu. Němcům, nacházejícím se jen pár desítek kilometrů přes moře, se také naskytl pohled na báječnou světelnou show. Světla měla patřit lodím a vlakům přepravujícím jednotky a materiál k invazi. Ve skutečnosti šlo o pouhé „divadlo“.

Nakonec – před samotným dnem D, který přišel 6. června 1944 – došlo k intenzivnímu bombardování Pas de Calais. Smyslem bylo odvrátit veškerou pozornost od čtyř vylodovacích sektorů na plážích Normandie. Spojenci se snažili vytvořit dojem, že k vylodění může dojít i v Norsku nebo na dalších místech (např. Biskajský záliv), což jen násobilo nejistotu německého velení. Klíčovou roli hráli také dvojité agenti, kteří německým zpravodajcům dávali mylné indicie a falešné důkazy o možných lokalitách vylodění. Operace Bodyguard skončila úspěchem, což dosvědčuje i to, že německá 15. armáda ze strachu z další invaze zůstala umístěna v Calais ještě následujících sedm týdnů po vylodění v Normandii. Tato paranoia německého velení umožnila spojencům vytvořit předmostí a přesunout do Francie další jednotky.

Operace Neptun – českoslovenští dezinformátoři v akci

Pro další ukázkou úspěšné dezinformační kampaně nemusíme chodit daleko, jelikož ji má na svědomí československá StB. Jejím ideovým otcem nebyl nikdo

jiný než již zmíněný major dezinformačního odboru Luděk Bittman. Psal se rok 1964 a za dveřmi bylo dvacetileté výročí konce druhé světové války. To znamenalo, že se v Západním Německu blížilo datum promlčení nacistických zločinů. Cíl operace Neptun byl jednoduchý: promlčení posunout o další roky, připomenout německou nacistickou minulost a znejistit západní politiku. Toho všeho mělo být dosaženo s pomocí nacistických dokumentů příhodně nalezených na dně šumavského Černého jezera. Šumavská jezera byla vždy zdrojem divokých historek o potopených německých pokladech. Až když na dně Čertova jezera televizní štáb pořadu Zvídavá kamera našel čtyři bedny s trhavinami, zrodil se v hlavě důstojníků StB nápad. Proč by se na dně Černého jezera nemohly najít další bedny, tentokrát s šokujícími nacistickými dokumenty s propagandistickým potenciálem? Jediným háčkem bylo, že v bednách nebyly šokující dokumenty, jen prázdné papíry.

Československo příliš užitečných dokumentů z dob nacistické vlády nemělo, a tak se obrátilo na sovětskou KGB, zda by jim nějaké nepůjčila. A KGB přání velmi ráda splnila. Následovala tisková konference ministra vnitra Lubomíra Štrougala. Ten se nechal slyšet, že nalezené dokumenty dokazují, že Západní Německo a Rakousko jsou plné bývalých nacistických pohlavárů a sympatizantů. Operace Neptun měla úspěch a zprávy o nálezech materiálů a jejich obsahu se šířily zahraničními médii. Hlavní úkol, posunout promlčecí lhůtu, byl splněn. Promlčení bylo skutečně odloženo o pět let. Protinacistické organizace zaměřené na stíhání válečných zločinců dostaly nový impuls k práci a „nalezené“ dokumenty byly využity ke kompromitaci řady zahraničních politiků. Někteří své politické kariéry následkem operace zcela ukončili, v některých případech došlo i k sebevraždám.

Operace INFEKTION – AIDS z amerických laboratoří k nám domů

Během studené války byly dezinformace parketou především států Varšavské smlouvy a my se tentokrát přesuneme přímo do Moskvy první poloviny 80. let. Ve světě se množily případy lidí nakažených virem HIV a nikdo si nebyl jistý, kde se tato zhoubná nemoc vzala. V moskevské ulici Lubjanka, v sídle KGB, ucítili ruští špioni příležitost. Proč by to vlastně nemohli mít na svědomí Američané?

Konspirační teorii, které dodnes věří miliony lidí, odstartoval anonymní dopis zasláný redakci indických prosovětských novin *Patriot* (založených v roce 1962 KGB) „uznávaným americkým vědcem a antropologem“. Ten v dopise neobviňoval z vytvoření nemoci nikoho jiného než americké ministerstvo obrany, které tak mělo učinit s cílem vyvinout co nejsmrtonosnější biologické zbraně.

Šířit dezinformace před tím, než jsme začali používat internet, byla těžká řehole. Věci se tedy daly do pohybu až o dva roky později, kdy byl článek znovu otisknut, tentokrát v sovětských novinách *Liternaturnaya Gazeta*. To však pořád nezaručovalo, že bude mít obvinění odezvu v zahraničí (což bylo cílem dezinformační operace), a tak ve východoněmeckém pseudovědeckém časopise vyšel příspěvek, ve kterém autoři sledovali původ viru HIV do laboratoří amerického Pentagonu. Právě tohle sovětské dezinformátory potřebovali – zdánlivě seriózní vědecký důkaz v ještě zdánlivěji seriózním vědeckém časopise. Díky tomuto „nestrannému“ argumentu byla zpráva sovětskými i prosovětskými médii šířena po celém světě ve více než třiceti jazycích. Aby její šíření neztratilo na setrvačnosti a důvěryhodnosti, celá legenda byla přizívována dalšími zaručenými zprávami: Američtí vědci v Zairu „očkovali“ místní obyvatele virem AIDS! CIA v Africe rozdává kondomy s AIDS!

Jak dokazují průzkumy veřejného mínění, operace INFEKTION skončila úspěchem, a to i přes to, že vědecké špičky ze Západu i Východu, včetně prezidenta Sovětské akademie lékařských věd Valentina Pokrokovského, potvrdily, že virus AIDS je přírodního původu. V roce 1991, krátce po rozšíření „odhalení“, věřilo (zcela nebo částečně) sovětské dezinformaci 15 procent Američanů. V novější studii z roku 2005 think tank RAND ve spolupráci s Oregonskou státní univerzitou zjistil, že přes 25 procent Afroameričanů věří, že vir AIDS vznikl ve vládní laboratoři a 15 procent je přesvědčeno o tom, že jde o formu genocidy proti lidem s černou barvou kůže.

PROPAGANDA

„Cílem moderní propagandy není jen dezinformovat nebo vám vnutit cizí názory. Jde o to vyčerpat kritické myšlení a zcela vymazat pravdu.“

Garry Kasparov

Pokud mluvíme o dezinformacích, nemůžeme nezmínit propagandu, pro kterou dezinformace byly, jsou a budou jedním z jejích nejefektivnějších nástrojů. Všichni slovo propaganda známe. Ti starší si ji pomatují z minulého režimu. Zmínka o ní byla i v učebnici dějepisu, někde vlevo dole. Dnes můžeme říci, že tento pojem zažívá renesanci, na internetu se s ním šermuje ze strany na stranu. Co to tedy je?

Smyslem propagandy je působit na publikum a úmyslně formovat jeho myšlenky, postoje a chování s cílem dosáhnout reakce v souladu s úmysly a potřebami propagandisty. Prostředky jejího šíření se v průběhu věků vyvíjely, od kamenných sloupů přes noviny až po internet. Každá další mediální revoluce s sebou přinesla i revoluci propagandistickou. To se však týká zejména technických nástrojů. Účel a principy, na kterých je založena, fungují po staletí téměř neměnně. Propaganda má v kapse mnoho triků a technik, které se za dlouhá léta užívání zdokonalily, ale jejich podstata zůstává stejná – zmanipulovat a ovlivnit.

Podle britského historika českého původu Zbyňka Zemana se propaganda dělí na tři hlavní směry. Toto dělení vychází především ze skutečnosti, zda lze určit zdroj propagandy. Z toho potom vyplývají další charakteristiky. Takzvaná **bílá propaganda** je takřka totožná s pojmem *public relations*. Využívá pravdivé a objektivní informace k ovlivnění veřejného mínění, mobilizaci obyvatelstva nebo k propagaci hnutí či aktivity. V minulosti šlo například o kampaň povzbuzující americké občany k nákupu válečných dluhopisů během druhé světové války. Soudobým příkladem jsou třeba kampaně nabádající k očkování.

Na opačném konci spektra se nachází **černá propaganda**, která již naplňuje rozšířené negativní představy o propagandě. Jejími nástroji jsou polopravdy, věrohodně působící dezinformace nebo skandalizace, které mají pošpinit a oslabit protivníka. Působí skrytě a zdroje jsou buď zcela falešné, nebo přinejmenším úmyslně zavádějící. Během druhé světové války byli experty na černou propagandu Britové. *Výbor pro propagandu* (Political Warfare Executive) měl na svědomí několik operací, které vstoupily do dějin. Jednou z nich bylo vysílání na první pohled německého rádia *Gustav Siegfried Eins* a jeho moderátor s přezdívkou *Der Chef*. Ten vystupoval jako nacista a nižší vojenský důstojník nespokojený se stavem Německa a NSDAP, strany vládnoucí nacistickému Německu. Otevřeně kritizoval německé poměry, Hitlera a jeho okolí a šikovně využíval každodenní realie, takže pro běžného Němce nebylo snadné poznat, že ve skutečnosti jde o britskou černou propagandu. Posluchači vnímali jeho postoje a názory jako upřímnou nespokojenost německého důstojníka. Nejedná se však pouze o historický fenomén. Černou propagandu bychom našli i v amerických prezidentských volbách 2016, které byly ve znamení intenzivní práce s dezinformacemi, u kterých si člověk občas nebyl jistý, jak moc vážně jsou myšleny. Věděli jste například, že Hillary Clintonová je ve skutečnosti příslušnicí rasy ještěřích lidí? Nebo že adoptovala malého mimozemšťana? Dalším příkladem je kampaň vyzývající k poslání volebního

hlasu Hillary Clintonové prostřednictvím SMS. Kromě toho, že hlasování pomocí SMS je nesmysl, obrázek šířený na Twitteru vyvolával dojem, že celá iniciativa je placená samotnou Clintonovou.



A mezi dvěma předchozími typy se nachází **šedá propaganda**, která se publiku může zdát jako neutrální až pozitivní. Využívá většinou (ne vždy) argumenty založené na pravdivém základě a objektivně je prezentuje. Vyznačuje se tím, že informace nemohou být spolehlivě ověřeny a jejich originální zdroj nemusí být zcela zřejmý, což z ní činí nejtajemnější z typů propagandy. Často se k jejímu šíření využívají neutrální média, která jsou však jen zprostředkovateli. Velmi zajímavým příkladem šedé propagandy jsou noviny *Zprávy pro vojáky* (Nachrichten für die Truppen), které spojenecké síly vydávaly během druhé světové války a shazovaly je z letadel na území okupované Evropy. Noviny měly narušit morálku německých vojáků skrze objektivně podávané informace o prohraných bitvách a problémech v třetí říši, o kterých se sice nemluvilo, ale všichni o nich tak nějak věděli. Na rozdíl od jiných spojeneckých tiskovin šířených do Evropy nebyly Nachrichten für die Truppen podepsány vrchním velitelstvím spojeneckých expedičních sil a nesnažily se ani působit jako oficiální německé médium. A právě tato absence autorství dělá z novin šedou propagandu.