

## DISINFORMATION OR WHEN WHITE IS BLACK AND BLACK IS WHITE

Roman Rak<sup>1</sup>, Dagmar Kopencová<sup>2</sup>

---

### Abstract

The paper deals with the issue of current propaganda, disinformation and methods of psychological and information warfare in a globalized world. Information is not only a source of money, but also a very powerful weapon. The paper explains the essence of misinformation and provides definitions from the point of view of Anglo-Saxon culture, which differ from the classical Slavic concept. Furthermore, the terms propaganda (black, white, gray), manipulation, information environment, strategic communication (special information and psychological operations) are defined in the context of methods of modern warfare. During the analysis of the current situation, a search of Czech, Slovak, English and Russian literature was performed. The overall concept of the analysis is based on the reality and specifics of the Russian-Ukrainian context, which unfolds in the military, political, diplomatic, economic, social, etc., and also recalls specific methods of information struggle, which remain hidden from many.

### Keywords

Propaganda, Disinformation, Strategic Communication, Manipulation, Information War

---

### I. Úvod

Informace zásadním způsobem ovlivňují chování jednotlivců, skupin, společností, národů. Informace jsou základem našeho vzdělání, pomáhají nám orientovat se ve složitých situacích, vytvářít si dostatečný rozhled a vlastní názor a životní postoje. Správnost našeho rozhodování je závislá na objektivnosti informací a jejich včasnosti. Abychom se mohli správně rozhodnout, potřebujeme zároveň mít možnost informace ověřovat z nezávislých zdrojů a zároveň i současně ověřovat jejich pravdivost komparací podle logických posloupností a důsledků.

Žijeme v informační éře. Minulé 20. století ve své druhé polovině poznamenaly v celosvětovém měřítku dva nejdůležitější fenomény – mobilní telefon a internet. Ty základním způsobem ovlivnily další rozvoj lidstva ve všech možných jeho aspektech – v rozvoji technologií, vzdělávání, ekonomice, dopravě, politice, kultuře, sociální sféře atd. Zásadním způsobem se změnil přístup k informacím, jejich dostupnost, všudypřítomnost, rozsah apod. Internet propojil země, kontinenty i národy, odstranil jazykové bariéry, protože umožňuje přenos jazykově nezávislých obrazů. Internet změnil náš život. Do prostředí internetu může informace dávat kdokoliv. Ve výsledku si musíme ale uvědomit, že kvalita informací je naprosto různorodá, a ne vše je přirozené, skutečné, objektivní, původní či pravdivé. Obyvatelstvo v dnešním civilizovaném světě žije konzumním způsobem života. Stáváme se konzumenty nejrůznějších služeb či produktů, včetně domácího a zahraničního zpravodajství. Informace z celého světa. Každodenní zpravodajství se dostávají na televizní obrazovky a obrazovky počítačů, laptopů, mobilů apod. do tepla, pohodlí našich domovů. Většina obyvatelstva a priori důvěřivě předpokládá, že informace ze státních sdělovacích prostředků jsou objektivní.

Informační technologie, internet ovlivňují způsob prodeje zboží a služeb. Nedílnou součástí je i moderní marketing, který v nemalé míře využívá digitálního, virtuálního prostředí. S poměrně

---

<sup>1</sup> Ambis University, Department of Security and Law, Lindnerova 575/1, 180 00 Prague – 8, Czech Republic, E-mail: Roman.Rak@ambis.cz.

<sup>2</sup> Ambis University, Department of Security and Law, Lindnerova 575/1, 180 00 Prague – 8, Czech Republic, E-mail: Dagmar.kopencova@ambis.cz.

malým úsilím (a malými náklady) se informace velmi rychle dostávají ke koncovému spotřebiteli. Podobným způsobem v digitálním prostředí, masově sdělovacích prostředcích funguje i politický marketing, který v komunálním i celorepublikovém měřítku ovlivňuje voliče. Ve virtuálním, digitálním prostředí je možné prezentovat téměř cokoli tak, aby to bylo velmi líbivé, přesvědčivé, plnilo to svůj záměr. Do našich domovů přes obrazovky televizorů a monitory počítačů vstupuje velké množství informací, včetně informací obchodního, marketingového či politického charakteru.

Velké množství informací, jejich rychlý, dynamický sled nedávají mnoho možností, abychom v běžném životě je dennodenně dále zkoumali či ověřovali.

Cílem je co nejrychleji „prodat“, získat výhodu před konkurencí, časově i věcně ji předstihnout. Informace jsou proto orientované i na naši psychiku, náladu, rozmanité emoce. Často rozhoduje okamžik prvního dojmu, pocitu. Hezké balení, vzhled, dojemný příběh, naděje plnění našich přání či snů. První pocity a dojmy vytvářejí i první postoje, které pak sami následně těžko a pomalu měníme. Cílem marketingových akcí, stejně tak politické propagandy i cílených dezinformací je co nejrychleji oslovit co největší množství osob a vyvolat v nich první postoje, které jsou v souladu s cíli toho, kdo informační kampaň prosazuje, organizuje i platí.

### **Dezinformace jako nástroj manipulace, ovlivňování a vládnutí**

Informace ovlivňují naše rozhodování, chování, krátkodobé i dlouhodobé postoje, životní orientaci. Je proto logické, že poskytování informací či dezinformací může být i účelové, aby se cíloví příjemci se chovali podle předem připravených, očekávaných a naplánovaných scénářů, nebo aby si je sami připravovali podle zájmu původce dezinformací. Masové sdělovací prostředky, internet, mobilní telefony (vybavené i fotoaparáty či videokamerami) jsou proto velmi efektivním nástrojem šíření informací či dezinformací jakéhokoliv druhu.

Cílem příspěvku je definovat aktuální terminologii v oblasti dezinformací a charakterizovat jejich používání v současném globalizovaném světě, ukázat na jejich nebezpečí při manipulaci širokými vrstvami obyvatelstva s cílem zkreslit současné události ve světě.

## **II. Informační prostředí**

Než se začneme zabývat pojmy propaganda a dezinformace, vysvětlíme základní pojem informační prostředí. Informační doktrína NATO definuje **informační prostředí** jako virtuální a fyzický prostor, ve kterém jsou přijímány, zpracovávány a přenášeny informace. Skládá se ze samotných informací a informačních systémů (NATO, 2009, s. 6).

Dále se vymezuje „Informační prostředí zahrnuje samotné informace, jednotlivce, organizace a systémy, které přijímají, zpracovávají a přenášejí informace; a kognitivní (poznávací), virtuální a fyzický prostor, ve kterém se to odehrává“ (NATO, 2014, s. 2).

Velmi podobně vymezuje informační prostředí také vojenská doktrína USA pro informační operace, ale podrobněji a důsledněji ho metodicky rozpracovává a popisuje, a to takto:

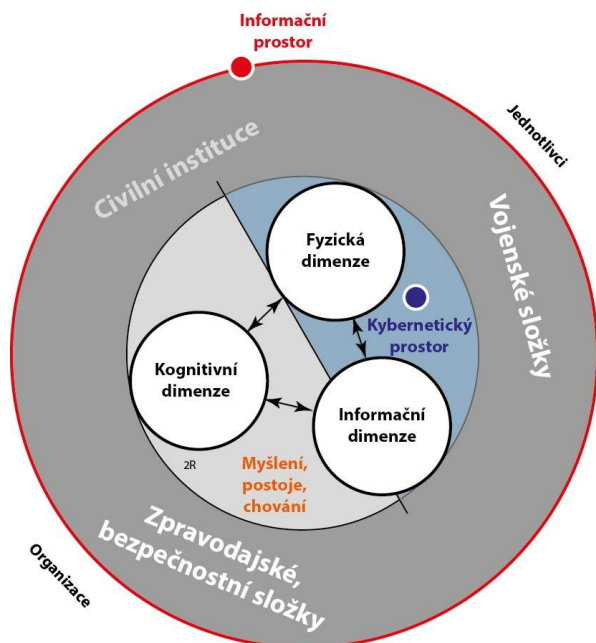
Informační prostředí je souhrn jednotlivců, organizací a systémů, kteří sbírají, zpracovávají a šíří informace, nebo na jejich základě jednají. Toto prostředí se skládá ze tří vzájemně provázaných dimenzí, které na sebe kontinuálně vzájemně působí s jednotlivci, organizacemi a systémy. Tyto dimenze jsou fyzické, informační a kognitivní“ (Řehka, 2018, s.60).

Jednotlivé dimenze můžeme popsat takto (Řehka, 2018, s.61):

- **Fyzická dimenze** informačního prostředí zahrnuje lidi, zařízení, a podpůrnou infrastrukturu. Patří sem především systémy velení a řízení, velitelé a štáby; výpočetní a komunikační technika a podobně; tedy reálné hmotné věci.
- **Informační dimenze** informačního prostředí zahrnuje samotný obsah, tedy informace a to, jak jsou sbírány, uchovávány, zpracovávány, chráněny a šířeny. Do této dimenze patří životní cyklus (dez)informace, tedy od jejího vzniku (objednání) až po její přijetí jejím příjemcem.

- **Kognitivní (poznávací) dimenze** zahrnuje myšlení, tedy postoje, vnímání, a názory těch, kteří informace přebírají, předávají nebo na ně reagují. Kognitivní dimenze se týká příjemců (dez)informací, tedy lidí, působení na lidské jedince.

**Obrázek 4** Vztah fyzické, informační, kognitivní dimenze, kybernetického a informačního prostředí. V informačním prostředí, kde se odehrává informační válka (informační válčení) jsou nejenom vojenské složky, ale i zpravodajské a ostatní bezpečnostní složky a civilní instituce, veřejnost. V tomto prostředí existují, fungují jak jednotlivci, tak organizace, instituce.



Zdroj: Roman Rak

Ta část, informačního prostředí, která zahrnuje digitalizované informace v počítačových systémech, uložitích a sítí, se nazývá **kybernetický prostor**. Operace v informačním prostředí zahrnuje působení ve všech třech dimenzích, včetně kybernetického prostoru (US Joint Chief of Staff, 2014, s. I-2 I-3).

### III. Informační války

V informačním prostředí jsou vedeny informační války. **Informační války** jsou definovány jako „využití a řízení informací s cílem získat konkurenční výhodu nad protivníkem. Informační válčení (informační války) může zahrnovat sběr taktických informací, zabezpečení kvality vlastních informací, šíření propagandy a dezinformací k demoralizaci nepřítel a veřejnosti, snižování kvality informací protivníka a bránění mu v jejich sběru“ (NATO, 2010, s.89), (Řehka, 2018, s. 62).

### IV. Definice pojmu dezinformace

S pojmem dezinformace se setkáváme téměř každý den, zejména v napjatých, krizových situacích složitých společenských, globálních přeměn; v době střetů ekonomických, politických, společenských, vojenských nebo civilizačních zájmů.

V západní literatuře se často setkáváme s názorem, že pojem dezinformace se poprvé zrodil v Rusku, v 18. století, a byl plodem lásky knížete Grigorije Alexandroviče Potěmkina-Tavričského a carevny Kateřiny Veliké. Kníže, aby udělal dojem, pozval carevnu na Krym a cestou ji ukazoval kulisy vesnic na horizontu (Pacepa, Rychlak, 2016). Příběh je velmi dobře znám jako tzv. „Potěmkinovy vesnice“. Tento příběh je tendenční a je zpravidla využíván k dehonestaci jakékoliv ruské tvorby, kdy se něco „dělalo jen na oko“, na dobrý dojem, byť to ve skutečnosti nemusela být pravda.

Historie využití dezinformací ve skutečnosti sahá minimálně ale až do dob antického Říma. V období před občanskou válkou kolem 44 l. př. n.l. vedli mezi sebou první historicky zadokumentovanou informační válku Octavian a Mark Antonius. S cílem získat podporu senátorů a obyvatelstva, Octavianus využíval vztahu Marka Antonia s egyptskou královnou Kleopatrou a lživě jej obviňoval, že zrazuje Řím. Jako důkaz Octavianus používal jím zfalšovanou závět', ve které Mark Antonius odkazuje východořímská území Kleopatře a sám si přeje být pohřben v Egyptě (Gregorova, 2022b). Kdybychom detailně studovali v historii slavná válečná tažení vojevůdců, našli bychom případů dezinformací, které se v té době spíše nazývaly lsti nebo klamy, podstatně více. Válečné metody, využívající lest nebo klam znali i Číňané a najdeme je ve starodávných publikacích o válečném umění. Nešlo jen o fyzické využití vojenské síly, ale ke zlomení ducha a ovládnutí vůle protivníka, často ještě před samotným válečným konfliktem.

Pojem informace (Buckland, 1991) logicky z hlediska teorie patří do oblasti informatiky, kam bychom měli proto správně zařadit i pojem dezinformace a dále jej vědecky rozpracovávat. Tak se děje již na některých univerzitách, a je zde mnoho teoretických diskuzí (např. má dezinformace vlastně nějakou informační hodnotu?) (Agarwal, Alsaeedi, 2020). Teorie je mnohdy praxi ale velmi vzdálená, a proto pojem dezinformace je dnes ve společnosti velmi často používán, mnohdy zneužíván v různých názorových, politických, mocensky-zájmových atd. vyhraněných střetech, aniž by bylo (někdy zcela záměrně) jasně definováno, co to dezinformace je. Pojem dezinformace dostává tak silný politický podtext různých zájmových mocenských skupin, aniž by pojem dezinformace byl korektně, exaktně vědecky definován a takto k němu bylo i přistupováno z hlediska vědy, práva.

Pojem dezinformace je velkou částí obyvatelstva proto vnímán jako informace, kterou se obyvatelstvo, volící vládu a podporující stát, nemá ve skutečnost dozvědět, protože by byla ohrožena integrita vládnoucích struktur, jejich postavení a moci, které nemusí být z určitého pohledu ve stávající momentální konfiguraci a čase v souladu s vlasteneckými, obecnými zájmy státu a jeho bezpečností na pozadí probíhajících velmi hlubokých ekonomických, společenských a civilizačních přeměn. Mocenské elity často pojmem dezinformací uměle označují jen jiný názorový proud, který je v rozporu s jejich ideologií a propagandou. Získávají tím tak výhodu možnosti veřejné represe konkurence, politické opozice, svobodně smýšlejících jedinců, které jsou tak veřejně pranýřovány, skandalizovány, zastašovány a mohou být i trestně stíhány.

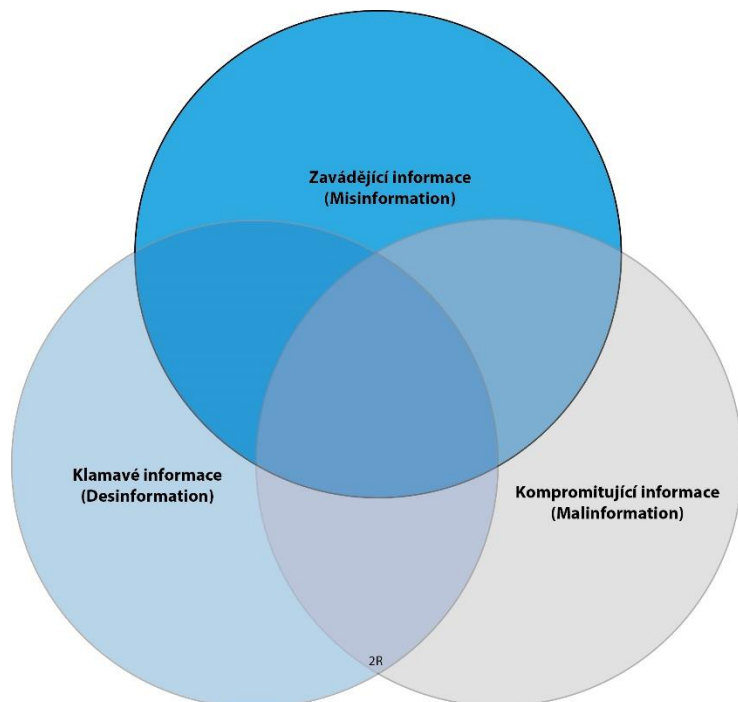
Z hlediska obecného vědeckého poznání se totiž dostáváme i hluboko do filosofie, protože informace a je negující dezinformace, jejich pravdivost či nepravdivost, jsou spojeny s obecným pojmem pravdy, velmi složitou filosofickou entitou (Karlova, Lee, 2012). Co to je pravda (Harjuniemi, 2021)? Existuje objektivní pravda z hlediska společenských věd a chování člověka? Nebo „objektivní“ pravda je jen určitý pohled na společenské procesy, aktivity činy z určitého zorného úhlu určitého subjektu? Proto pojem dezinformace a jeho výklad je třeba zohlednit z mnoha různých hledisek (Bratich, 2020), včetně těch, komu „pravda“ a „dezinformace“ slouží (Farkas, Schou, 2018).

V české literatuře najdeme nejčastěji definici, kde **dezinformace** je lživá, klamná, falešná informace, která má za cíl ovlivnit úsudek a názor jedince, více osob či celé společnosti, tak aby vyvolala zdání důvěryhodnosti a pravosti. Někdy je cílem jen zpochybnit původní informaci nebo její pravdivostní hodnotu předstíráním, že existuje jakási alternativní pravda. Je v antagonistickém postavení k pravdivé zprávě. Člověku, který šíří dezinformace se říká **dezinformátor**.

V Evropě, zejména slovanskými národy používaný termín dezinformace (viz výše), anglosaské jazyky ale detailněji rozdělují na informace (Karlova, Lee, 2012), (Amorim, Miranda, 2021):

- **zavádějící** (nepřesné, nejednoznačné) (misinformation, misinformation),
- **kompromitující** (malinformation, malinformation),
- **klamavé** (zfalšované) (desinformation, dezinformace).

Obrázek 5 Základní pohled na dezinformace podle anglosaského modelu.



Zdroj: Roman Rak

#### V. Zavádějící (nepřesné, nejednoznačné) informace (misinformation, misinformation)

Do této skupiny řadíme informace, u kterých došlo k neúmyslné, nezáměrné chybě, která změní i podstatným způsobem obsah informace tak, že dokáže zmýlit jejich uživatele a tím ovlivnit jeho myšlení, rozhodování či chování. Zpravidla se jedná o důsledek lidské nebo technické chyby. Chyby nebo pouhé nepřesnosti mohou vzniknout v textech, jazykových překladech, grafech, číselných hodnotách, mapách, v obrázcích (špatné popisky, číselné hodnoty atd.). Zavádějící informace nemusí vznikat nutně jen jako prosté chyby, ale i jako pouhý důsledek nepřesného, nejednoznačného, dvojsmyslného, nekorektního vyjadřování, které je typické pro mnoho osob. Obsah je pak možné vykládat volně různými (dokonce i protichůdnými) způsoby a některé pak vedou k nepochopení, špatným vysvětlením a následně chybným důsledkům.

V zahraniční, západně orientované literatuře můžeme proto nalézt i zařazení uměleckých forem vyjadřování v podobě satiry, parodie, černého humoru jako typické zavádějící informace! Nevzdělaný člověk, nebo člověk, který nemá cit či pochopení pro tento způsob vyjadřování pak vnímá informace uvedené v satirické či parodijní formě jako skutečné a jeho rozhodování, chování či jednání pak může být někým dokonce vnímáno jako nebezpečné pro určité skupiny lidí, společnost apod. Takovéto přístupy pak mohou vést i k omezování satiry, parodií, v krajním případě až k cenzuře a následnému zakazování, což by se v demokratické společnosti nemělo stávat, protože se ve své podstatě jedná o omezování svobody projevu.

Zajímavá je skutečnost, že i v normalizační době v Československu (70. léta minulého století) bylo možné pomocí satiry sdělovat velké množství názorů (informací) ne mainstreamového charakteru např. v uměleckých podobách; zatímco nyní, jsou identifikovány časté případy volání po plošném zákazu všech informací, a jejich forem vyjádření, které nejsou v souladu s mainstreamovým tokem. Velkým paradoxem je, že se to v podstatě děje v celosvětovém měřítku, a zejména u těch států, které se pyšní svým demokratickým zřízením, ale ve skutečnosti skrytě, nepozorovaně, postupně, plíživě a tvrdě potlačují svobodu slova a právo na informace, nebo dokonce nezávislé myšlení.

**Obrázek 6** Vysílání České televize ČT24



*Zdroj fotografie: (Bohuš, 2022).*

Do zpravodajství o krutosti války na Ukrajině se místo původních snímků chybně dostala dokumentární fotografie pořízená v Mikulčicích, ČR bezprostředně po průchodu devastujícího tornáda v roce 2021 (viz Obrázek 6). Divák si pak klade otázku o profesionalitě pracovníků ČT a zároveň může získat pocit, že veřejně-právní televize jej vědomě klame, a zpravodajství z války na Ukrajině je plně účelových dezinformací, které někdo úmyslně předává do vysílání. Rozčarování občanů je pak o to více bolestivější, že tragédie na území Moravy je dosud živá, následky postižení občané ponесou ještě dlouho a vláda na tento problém již dávno zapomněla. Záměna obrazového materiálu z míst katastrof v různých zemích je v zahraničí masově-sdělovacích prostředcích poměrně vžitá praxe, která se používá i zcela vědomě v rámci informační války. Dokumentární obrazový materiál si agentury vzájemně sdílejí.

**Obrázek 7** Ukázka zavádějící informace.



*Zdroj: Archiv R. Rak.*

Ruská tisková konference byla vysílána kolem 15 hodin odpoledního času. Při analýze času na hodinkách ruského ministra obrany S. K. Šojgu a ministra zahraničí S.V. Lavrova, viz Obrázek 7, zjistíme skutečnost, že záznam konference byl již v 11.45 h moskevského času. Jedná se jen o běžnou praxi předem nahraného vysílání, nebo nějaký taktický záměr způsobit někomu škodu (získat čas

pro nějakou akci)? I takováto skutečnost může být impulsem pro zpravodajské hry, různé konspirační teorie, navádějící myšlenky, že ruská strana vždy podvádí apod.

## VI. Kompromitující informace (malinformation, malinformace)

Kompromitující informace jsou zvláštním, velmi specifickým případem dezinformací chápaných v širším kontextu. Na rozdíl od zavádějících nebo klamavých informací jsou tyto informace vždy pravdivé. Jedná se tedy zpravidla o informace velmi osobního i neosobního, důvěrného charakteru, které by za normálních okolností (z důvodu etiky, morálky, existujících právních či interních dokumentů různého stupně a důvodu utajování atd) neměly být zveřejňovány nebo předkládány druhé straně. Zveřejňování nebo účelové, zatím neveřejné předávání kompromitujících informací (v podobě různých důkazních materiálů – dokumentů, videí, fotografií, nahrávek atd.) druhé straně je realizováno z důvodu vydírání, diskreditace, kompromitace, poškození image osoby, firmy, obecně jakéhokoliv objektu, včetně politické strany nebo i státu jako takového. Zveřejněním dochází pak k různým škodám, zejména na ztrátě image, důvěry apod., popřípadě vyvolání nenávisti, odporu, pohrdání, společenského/politického odsouzení atd. Může se jednat o kompromitující materiály osobního charakteru (zveřejnění intimních informací z osobního života – zdravotní stav, různé orientace, milenky, sex apod.) nebo materiály různých subjektů, které by se protivník, veřejnost, druhá strana nikdy neměly dozvědět (tajná zákulisní jednání, dohody, smlouvy, aktivity apod., které jsou v přímém rozporu s tím, co se druhé straně oficiálně tvrdí).

V závislosti na cíli a taktice jeho dosažení je použití kompromitujících materiálů fázovitě. Pokud jsou kompromitující materiály použity k vydírání, kompromitující informace se předkládají nejprve pouze zájmovému objektu a nejsou pak po dosažení svého cíle dále zveřejněny. Bohužel kompromitující informace ale slouží i k opakovanému vydírání a často po dosažení cíle jsou stejně nakonec v určitých případech zveřejněny. Pokud cílem kompromitujícího materiálu, informací je diskreditace, kompromitující materiály se zveřejňují rovnou, v tu „správnou, velmi citlivou kritickou dobu“ v rozsahu těch subjektů, před kterými má dojít k diskreditaci. Někdy to může být relativně malý uzavřený okruh subjektů, jindy to může být veřejnost jednoho státu nebo celosvětové společenství. Obsah kompromitujícího materiálu (informace), aby byl účinný, je vždy pravdivý na rozdíl např. od klamavé informace, která je účelově smyšlená. Kompromitující materiály se na zájmové, vytypované osoby (u kterých se předpokládá určitý vliv) obvykle sbírají mnoho let dopředu, naprosto systematicky, aniž by se přesně ještě vědělo, jakou pozici za nějakou dobu zájmový objekt bude zaujímat, kdy, kde a za jakých okolností, s jakým cílem bude kompromitující materiál využit. V jiných situacích se kompromitující materiál připraví rychle, „ad hoc“.

Z hlediska dlouhodobé využitelnosti, působení není použití kompromitujících materiálů (informací) příliš systémovým řešením. Vydíraný zájmový objekt se přirozeně brání, nechce spolupracovat, jeho ochota poskytovat informace, služby apod. je silně omezena a snaží se vydírání co nejrychleji ukončit. Vydíraná osoba nikdy dobře nespolupracuje, poskytuje vždy jen minimální, přímo vynucené množství informací, služeb apod. Ze zpravodajského hlediska vydírání není efektivním nástrojem pro získání a následnou spolupráci s agentem. Používá se spíše k dosažení nějakého vyššího cíle, nebo skutečné kompromitace nepohodlné osoby, u níž není dále zájem o nějakou spolupráci. Vydírání nefunguje dobře na čestné, zásadové osoby. Používá se k vydírání již předem, někdy cíleně zkompromitovaných osob (zejména politiků, vedoucích představitelů různých institucí, managerů apod.)

Cílem kompromitace nemusí být ale vždy jen člověk – cílovým objektem může být obecně jakýkoliv zájmový objekt – občanské nebo politické hnutí, politická strana, instituce, vojenská jednotka, zpravodajská služba, ideologie, stát atd. U všech těchto objektů může být zájem o jejich kompromitaci z nejrůznějších důvodů.

## VII. Klamavé (zfalšované) informace (desinformation, dezinformace)

Klamavé dezinformace jsou informace, které jsou záměrně, účelově, vědomě vytvořené nebo upravené s cílem, aby ovlivnily určitým, předem promyšleným způsobem jejich příjemce, který se pak podle nich chová, rozhoduje a následně vykonává určité činnosti, které jsou výhodné pro tvůrce dezinformací. Klamavé informace ve větší nebo menší míře vždy zastírají reálný pohled na konkrétní objekt, situaci či stav.

Svým způsobem jsou dezinformace vytvořené tak, aby sloužily ve prospěch jejich zadavatele, tvůrce. Obvykle pak poškozují stranu, která je úmyslně vybraná, zvolená zadavatelem, tvůrcem dezinformací. Osoba, která dezinformace přijímá, je oklamána, špatně, nepřesně informována, podvedena, zneužita a tato skutečnost jí není známa. Dezinformace jsou vytvářeny tak, aby nebyly lehce odhalitelné a co nejvíce ovlivnily cílové příjemce na co nejdélší dobu a zároveň cílová skupina je vnímala jako informace skutečné, ověřené, věřila těmto dezinformacím a dále je šířila. Dezinformace působí často postupně, pomalu, skrytě na zažité modely chování člověka, na jeho city, emoce, přesvědčení, víru atd. Cílem je myšlenkově ovládnout cílovou skupinu a dále je manipulovat, ovlivňovat.

**Tabulka 4** Základní vlastnosti obecných, zavádějících, klamavých a kompromitujících informací. A/N – Ano/Ne.

	Informace obecná (information)	Informace zavádějící (misinformation)	Klamavá, dezinformace (desinformation)	Kompromitující informace (malinformation)
Pravdivost	A/N	A/N	A/N	A
Kompletnost	A/N	A/N	A/N	A/N
Aktuálnost	A/N	A/N	A/N	A/N
Informativnost	A	A	A	A
Klamavost	A/N	A/N	A	N

*Zdroj: upraveno dle (Karlova, Fisher, 2013).*

Ve slovanských jazycích je pojem dezinformace zpravidla definován jako úmyslně připravená, informace, lživého, smyšleného charakteru (tedy je vždy nepravdivého charakteru), jejímž cílem je způsobit protistraně škodu. V anglosaských jazycích jsou informace, které mohou protistraně způsobit škodu, definovány obecněji: mohou být pravdivé i nepravdivé, úmyslné i neúmyslné, ve finále mohou přinést škodu nebo újmu. Anglosaská terminologie dělí pak tento druh informací na **misinformation** (informace zavádějící), **desinformation** (informace klamavé) a **malinformation** (informace kompromitující). Jejich charakteristiky, podle kterých se dělí, nalezneme v Tabulka 4. V tomto materiálu budeme pojem dezinformace dále vnímat v širším anglosaském pojetí.

## VIII. Dezinformace jako nedílná součást agresivní propagandy, manipulace, informační a psychologické války

Kdo a pro koho vytváří dezinformace? Z podstaty definice dezinformace v tom nejobecnějším pojetí dezinformace vždy někomu pomáhá a zároveň vždy někomu škodí. Tuto skutečnost si ale zpravidla uvědomíme až tehdy, kdy dokážeme rozlišovat dezinformace od běžných, pravdivých informací, od skutečné reality, kterou nazýváme „pravda“ (Harjuniemi, 2021). U úmyslně vytvářených dezinformací (a těch je většina) existuje vždy určitý cíl, účel dezinformací, proč, s jakým cílem a jak škodit, respektive jak výhodně pro jednu stranu působit, získávat pro ni výhody na úkor strany druhé, soupeřící, konkurenční, nepřátelské, ne přátelské, určené k poškození, porážce, omezení, eliminace, ovládnutí, podrobení, v krajním případě k zániku.

S dezinformacemi setkáme v osobním životě, v profesionální (např. firemní, obchodní, vztahové) sféře, ve vojenství, zpravodajství i v domácí i zahraniční politice. Tvorba a šíření dezinformací se stala běžnou metodou, jednou z forem působení na různé cílové skupiny – na jedince, kolektivy,

organizace, firmy, instituce, politické subjekty, veřejnost, státní uskupení (státy, jejich aliance apod.), při kterých se cíleně ovlivňují názory, postoje, rozhodnutí či výsledná jednání a jejich skutky.

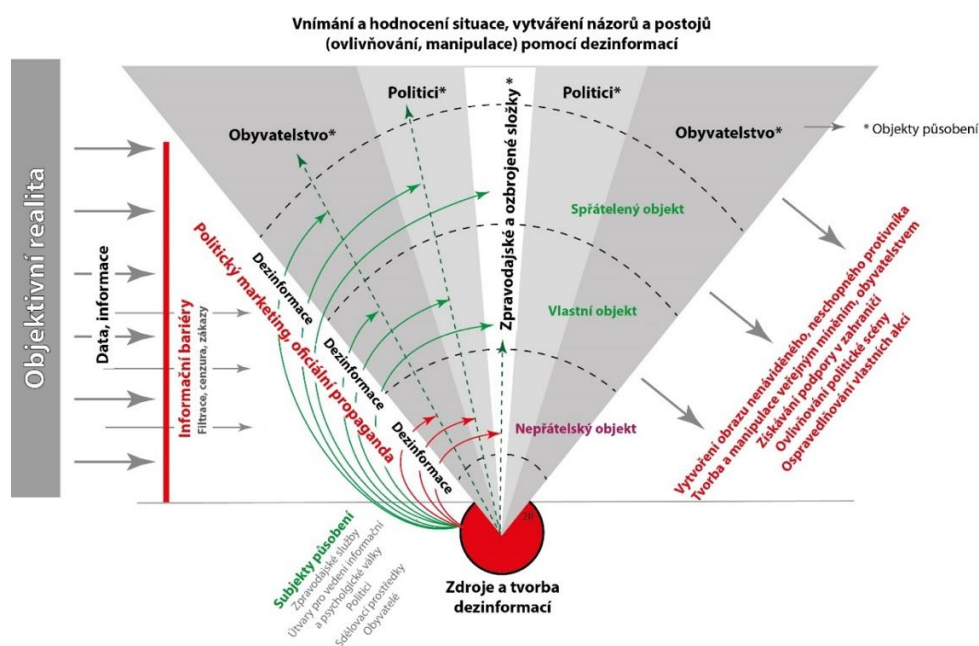
## IX. Propaganda

Historicky se setkáváme nejprve s pojmem **propaganda**<sup>1</sup>, jejímž cílem je rozšiřování názorů a podpůrných informací za účelem vyvolání nebo zesílení určitých postojů nebo jednání mas (davů) ovládaných mocenskou skupinou (skupinami), která dané mase (v podstatě „národu“) vládne pomocí své (vyhraněné) ideologie. Z tohoto pohledu je propaganda původně jako taková neutrální, jedná se o šíření obecných, byť ideologických myšlenek.

Pojem „propaganda“ je též ale spojován s latinským výrazem „*Sacra Congregatio de Propaganda Fide*“, což byla kontrolní komise ustanovená Vatikánem dne 22.6.1622 za účelem řízení, koordinace a kontroly šíření evangelického učení a misionářské spolupráce na celém světě (Guilday, 1921). Toto šíření bylo ale mnohdy vykonáváno násilným způsobem, takže pojem propaganda získal negativní, hanlivý význam.

Pro pojem propaganda je charakteristické systematické šíření informací, mezi které se mohou dnes často vkládat neobjektivní nebo zavádějící informace, tedy dezinformace, jejichž cílem prosazování nebo podpory určitých ideově-politických názorů. V současném mezinárodním kontextu je propaganda spojována s politickým nebo názorovým přesvědčováním, často i s psychologickou válkou. Propaganda má mnoho forem či používaných metod (Humprecht, 2019) a jednou z nich je využívání dezinformací, které v širším mezinárodním kontextu mají charakter aktivní, promyšlené, velmi intenzivní a agresivní, plošné, nepřetržité a účinné informační (psychologické) války, která je celosvětově cílená na nepřítele, stejně jako na domácí i zahraniční spojence i vlastní národ.

**Obrázek 8 Mechanismus ovlivňování cílových objektů pomocí dezinformací.**



Zdroj: Roman Rak

<sup>1</sup> lat. *propagare* = rozhlášovat, rozšiřovat, rozmnožovat. Pojem „propaganda“ je též spojován s latinským výrazem „*Sacra Congregatio de Propaganda Fide*“, což byla kontrolní komise ustanovená Vatikánem dne 22.6.1622 za účelem řízení, koordinace a kontroly šíření evangelického učení a misionářské spolupráce na celém světě. Toto šíření bylo ale mnohdy vykonáváno násilným způsobem, takže pojem propaganda získal negativní význam.

**Propagandu** můžeme vnímat i jako cílené **šíření jednostranných názorů** a informací za účelem změny postoje nebo názoru skupiny, širší veřejnosti či mas. Propaganda bývá úzce vázána k určitému dynamickému období, kdy politici či zájmové skupiny potřebují bezprostředně, velmi intenzivně „tlačit“ své zájmy (Gregorová, 2022). Propagandu lze chápat jako „záměrný pokus přimět lidi myslet a chovat se požadovaným způsobem“ (Taylor, 2003).

Definice pojmu propagandy je celá řada. Jednou z nejznámějších definic říká: **Propaganda** je úmyslný, systematický pokus o formování vnímání, manipulování poznání a přímého chování k dosažení odezvy, která podporuje propagandistův záměr (Jowett, O'Donnel, 2018).

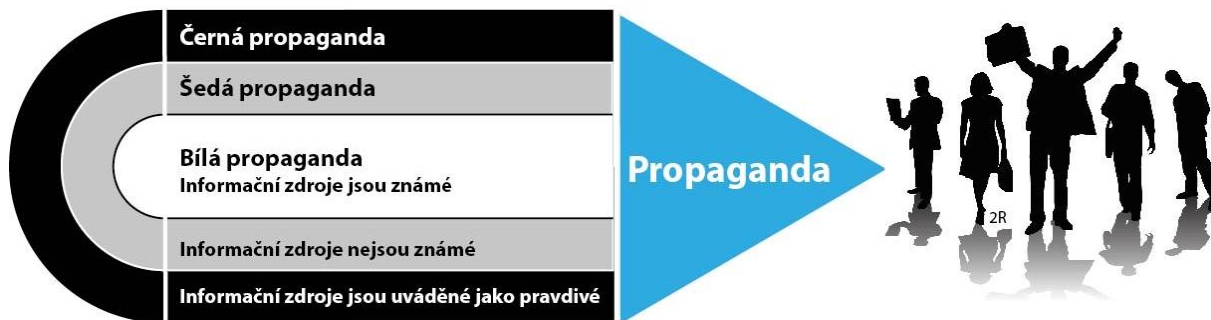
Britský expert na strategickou komunikaci Steve Tatham ve svém textu o strategické komunikaci uvádí podrobnější definici: „Propaganda je záměrná, systematická snaha o formování vnímání, manipulování poznání a usměrňování chování s cílem dosáhnout odezvy, která podporuje záměr propagandisty“ (Tatham, 2008, s.6), (Řehka, 2018, s.64).

Země NATO propagandu definují takto: „Propaganda jsou informace, zejména zkrácené nebo zavádějící povahy, používané k podpoře politické věci nebo stanoviska“ (Řehka, 2018, s.64), (NATO, 2015, s.2-P-9). Referenční příručka pro informační operace, kterou v roce 2010 jako společnou publikaci vydala obě strategická velitelství NATO, propagandu popisuje jako: „Informace, myšlenky, doktríny nebo zvláštní apely šířené s cílem ovlivnit názory, emoce, postoje nebo chování jakékoliv určené skupiny za účelem přímé nebo nepřímé podpory sponzorem“ (Řehka, 2018, s.64). Sponzorem se rozumí subjekt stojící za propagandou a z ní profitující.

Propaganda se může členit na:

- **Propaganda bílá** – cíl propagandy je jasně stanoven. Financování propagandy tohoto druhu je stejně jako použité informační zdroje transparentní, dohledatelné. Používají se běžné propagandistické metody, typické např. pro public relation. Bílá propaganda přiznává své skutečné zdroje.
- **Propaganda černá** – používá zavádějící, kompromitující nebo klamné informace. Vytváří dojem, že pochází ze známého zdroje, ale ve skutečnosti je zdroj zcela jiný. Pro příjemce není jasné, k jakému skutečnému cíli se černá propaganda používá. Skuteční tvůrci dezinformací, stejně jako zdroje financování jsou pro příjemce informací skryté, utajované. Černá propaganda staví především na dezinformacích, polopravdě, skandalizaci, fámách atd. Černá propaganda pracuje s velmi věrohodně znějícími dezinformacemi a lží. Využívá se často pro klamné operace prováděné vládou, armádou nebo jinou organizací, kdy je zdroj prezentován jako přátelský, ale ve skutečnosti informace pochází od nepřátel. Zdrojem černé propagandy je ve skutečnosti jiný zdroj než ten, který se uvádí (Řehka, 2018, s.6).
- **Propagandu šedá** – je na pomezí bílé a černé propagandy. Cíleně a záměrně šíří nepřesné a mylné informace za účelem zmást nepřítele a způsobit mu ztráty. Na rozdíl od černé propagandy není známo, z jakého zdroje pochází. Nástrojem může být například dosazování pozitivních příběhů o státech nebo soukromých společnostech, o kterých informují média jako o nezávislém sdělení (Beneš, 2014). Je podstatně záludnější než propaganda bílá. Není zde také zcela jistá přesnost a pravdivost obsahu sdělení. Šedá propaganda neuvádí žádný zdroj.

Obrázek 9 Schematický rozdíl mezi bílou, šedou a černou propagandou.



Zdroj: Roman Rak

Cílem propagandy není ani tak informovat, jako emočně zasáhnout cílový objekt a tím změnit náladu ve společnosti, ovlivnit mentalitu, chování i rozhodování příjemců propagandy – např. při volbách, podpory při rozhodování politiků, vojenských činitelů, odůvodnit a podpořit jejich rozhodnutí, skutky apod.

Propaganda má mnoho významových synonym, které se používají v různých sférách. Ve vojenství se setkáváme s termíny **strategická komunikace, informační operace, mediální operace, veřejné záležitosti, psychologické operace, veřejná diplomacie**. Propaganda je také nejširší pojem pro informační působení. Při vedení války hrála vždy velký význam a byla její nedílnou součástí. V dnešní době je tento termín ve společnosti vnímán silně negativně, a většina současných vojenských doktrín se mu vyhýbá (Řehka, 2018, s.63), respektive jej používá velmi selektivně se zjevným cílem psychologického působení na obyvatelstvo: pokud hovoříme o šíření informací nepřítelem (Rusko, Čína, Irán, Irák atd.), země NATO používají v komunikaci se svým obyvatelstvem „hanlivého“ termínu propaganda. Nepřítel šíří propagandu. A naopak – pokud země NATO šíří vlastní informace, hovoří se o „strategické komunikaci“. Nejedná se jen o slovní hru synonym, ale o promyšlené psychologické působení, jehož cílem je získat sympatie nebo antipatie, resp. vyvolat silnou nenávisť, fóbii k nepříteli, kterou je nutné hluboko vsunout do lidského mozku. Propaganda je chápána jako nepřátelské působení, a připisuje se protivníkovi. Subjekt, bránící se propagandě, používá **kontrapropagandu**, aby se zdůraznila myšlenka obrany proti nepříteli.

Pokud bychom měli použít neutrální termín, používá se výraz **informační působení**.

Propaganda ke své práci využívá mnoho různých metod. Jednou z nich jsou dezinformace, které v době informační revoluce jsou jedním z hlavních pracovních nástrojů propagandy. Propaganda s dezinformacemi (a naopak) se vzájemně doplňují.

Propaganda se snaží o manipulaci společenského vědomí tím, že pracuje na vytváření a uchování určitých mýtů. Mýtus by se dal definovat jako vyprávění, příběh či příhoda, která může, ale nemusí být pravdivý a o jehož pravdivosti recipient může a nemusí pochybovat. Tento mýtus ilustruje klíčové hodnoty, které chce propaganda vštípit cílové skupině a vnucuje publiku kompletní rejstřík intuitivních znalostí připouštějících pouze jedinou interpretaci. Aby vyvolaly u cílového publika potřebný efekt, jsou mýty neustále opakovány. Nejde ale jen o mýty, úspěšná propaganda obklopuje člověka idejemi a pocity, které útočí na jeho vědomí i nevědomí a zasahuje jeho soukromý i veřejný život (Beneš, 2014). Propaganda má manipulativní charakter, protože prosazuje jednostrannou ideologii, názory.

## X. Manipulace

Pojmem **manipulace** označujeme působení na myšlení a chování druhé osoby nebo více osob. Manipulovat znamená vědomě i nevědomě používat techniky pro manipulaci s druhými lidmi ve prospěch prosazení osobních cílů a přání manipulátora.

**Manipulátor** se snaží přesvědčit osobu či osoby o správnosti myšlenky, názoru či jednání, které nejsou manipulovaným jedincům vlastní, či pro ně nemají dostatek iniciativy a které by tudíž danou myšlenku, názor či jednání nepřijali, nebo až s dlouhou časovou prodlevou.

Chování manipulátora má řadu charakteristických vlastností, které jsou blízké dezinformačním metodám používaným v černé propagandě. Manipulátor je nejčastěji charakterizován takto:

- je nepřímě agresivní, nebere v potaz potřeby, přání a zájmy druhých lidí, hájí si své;
- je zákeřný, bezcharakterní, dělá intriky, podrazy, aby dosáhl svého;
- nabádá oběť proti ostatním;
- při kladení odporu se snaží v druhé osobě (oběti) vyvolat pocit viny;
- při komunikaci nejedná s druhou osobou jako rovný s rovným.

### **XI. Oblasti uplatnění dezinformací**

Dezinformace jsou v průběhu historie používány velmi často. Na jejich podstatě, cílech se v podstatě po staletí nic nemění, jen se zásadním způsobem rozvíjí technologie šíření dezinformací z pohledu jejich rychlosti šíření a množství zasažených zájmových objektů, mas, veřejnosti. Dezinformace jsou stále sofistikovanější a v případě rozsáhlých střetů na úrovni států je velmi těžké vyvracet jejich skutečnou podstatu, protože vždy jedna ze zúčastněných stran zamezí straně druhé nebo další nezávislé možnost konfrontace informací, informačních zdrojů; vést objektivní vyšetřování, získat přístup k „fyzickým“ důkazům.

Dezinformace se stávají součástí hybridní války. Jsou nástrojem politických a následně vojenských akcí a jejich velkou, další výhodou jsou jejich relativně nízké náklady ve srovnání se současnými vojenskými technologiemi, zbraňovými systémy. Neznamená to, ale že tyto náklady jsou nízké! Během rusko-ukrajinského konfliktu se odhaduje, že do informační války se denně investuje několik milionů amerických dolarů denně.

Dezinformace, propaganda se používají v mocenských střetech lokální, celonárodní i globální úrovně:

- při volbách politiků, dosazování klíčových osob (tzv. *decision makerů*) do různých orgánů;
- při volbách prezidentů a podobných klíčových osob;
- při referendech;
- při obsazování pracovních pozic různé úrovně v různých institucích nejružnějšího zaměření; charakteru či poslání;
- v konkurenčním ekonomickém boji;
- při plánování, přípravě a vedení vojenských a bojových operací;
- ve zpravodajských operacích, zpravodajských hrách apod.

### **XII. Dezinformační praxe**

Dezinformace při řešení zásadních názorových rozporů, vyplývajících z protichůdných (národních) zájmů, ideologií, konfliktech jsou cíleně, dlouhodobě, promyšleně vytvářeny především státními, specializovanými institucemi, zpravodajskými službami, vojenskými specializovanými útvary pro informační a psychologickou válku.

Základním cílem je oslabit protivníka (jeho vojenské struktury), postavit obyvatelstvo protivníka proti vedení jeho země, získat podporu u svého obyvatelstva a všech svých spojenců; případně vysvětlit, zdůvodnit nebo omluvit své ne vždy korektní chování, které je zcela v rozporu s demokratickými principy, základními lidskými právy a svobodami, zásadami vedení války apod.

Subjekt propagandy, tvůrce a šířitel dezinformací při plnění svých cílů vytváří takové dezinformace, které neustále podporují jeho ideologii i skutky, napomáhají k dosažení strategických i taktických

cílů. Pomocí dezinformací se často skrývá reálná skutečnost, objektivní pravda o celkové situaci. Ve své podstatě dochází k manipulaci s vědomím a následně chováním nejen nepřátelského objektu, ale taktéž i k manipulaci veřejného mínění vlastního obyvatelstva, ozbrojených složek i dalších podobných subjektů spřátelených zemí, sdružených v rozmanité mezinárodní organizace, aliance různých odborných, politických a dalších zájmů.

Součástí dezinformací, informační a psychologické války je i zabránění šíření objektivních informací, jiných názorových proudů a ideologií, než jsou součástí vlastní propagandy. V rámci propagandistického boje jsou bohužel objektivní informace, reálné názory, objektivní fakta druhé strany uměle označovány za dezinformace a jejich autoři či šířitelé jsou účelově označováni za dezinformátory, konspirátory apod. a ti jsou mnohdy důsledně perzekuováni, v krajním případě až po odnětí svobody na základě uměle vykonstruovaných procesů, na účelově přijatém právním základě, jež je v rozporu se Základní listinou lidských práv a svoboda s principy demokracie.

V případě konfliktů mezi různými zeměmi, civilizacemi je pak relativně technicky, organizačně, politicky, ideově, politicky či právně možné zamezovat přístup k jiným než vlastním propagandistickým zdrojům. Pravda je vždy první obětí každého otevřeného a rozsáhlého konfliktu. Ve válečném stavu si každý stát najde způsob, jak toho docílit.

Dochází k potlačování základních lidských práv především vlastního obyvatelstva, které je manipulováno tak, aby bezmyšlenkovitě a oddaně, bez jakýchkoliv protestů podporovalo vedení své země.

Ve standardních válečných konfliktech válčící země drasticky potlačovaly poslouchání nepřátelských rozhlasových stanic či šíření samizdatových letáků nebo novin. Ve válečném stavu trest smrti za porušování tohoto příkazu nebyl ničím neobvyklým. Trestu podléhaly celé rodiny.

Moderní války se vedou nyní hybridním, tj. kombinovaným způsobem. Dokonce často není vyhlášen ani oficiální válečný stav, takže konflikt se fyzicky odehrává mimo vlastní území. Kromě klasických vojenských nástrojů se používají i metody ekonomických, surovinových, potravinových a finančních blokad, prostředky informační a psychologické války.

Masově sdělovací prostředky (televize, rozhlas, internet) mají oproti minulosti, předchozím válečným konfliktům mnohem větší možnosti, a tedy i moc. Války jsou vedeny v přímém přenosu. Jsou ekonomicky velmi vyčerpávající i pro země, které nejsou oficiálně ve válce a mohou mít velmi silné sociálně-ekonomické, společenské negativní dopady na vlastní obyvatelstvo, které ve finále způsobí nestabilitu země. Proto je z pohledu vládnoucích elit nutné silné propagandistické působení na vlastní armádu i obyvatelstvo, aby se získala jejich podpora a pochopení. Propaganda je silná, agresivní, potlačující běžné právní normy mírového stavu. Dochází k zásadnímu potlačování všech nemainstreamových informačních zdrojů jak ve vlastní zemi, tak i nemainstreamových i oficiálních zdrojů protivníka z obav, aby se nešířili objektivní, pravdivé informace. Ty jsou označovány jako dezinformace.

Otázkou je, do jaké míry potlačování objektivních informací je ve finále účelné. Záleží pouze na kritickém myšlení, životních zkušenostech cílového objektu, při propagandě obyvatelstva. Pokud u většiny obyvatelstva nejsou v důsledku propagandy „vymyté mozky“; obyvatelstvo, zejména v důsledku ekonomických a sociálně-společenských dopadů, které nastoupí dříve či později, prohlédnou a pochopí, že jimi vládnoucí elity silně manipulují a zavádějí je do nepříznivé situace. To se projeví i v kompromitaci vlastního vedení, vládnoucích elit, následně ve změně politiky, orientace státu apod. Informace, objektivní pravda jsou jak voda a vždy se ve finále dostanou tam, kde je jejich potřeba.

### XIII. Závěr

Informační válka je dnes nedílnou součástí rozsáhlých světových střetů, vojenských konfliktů v globalizovaném světě. Probíhá nyní i na pozadí otevřeného vojenského konfliktu mezi Ruskem, Ukrajinou a společenstvím západních demokratických zemí a ve své podstatě se jedná o snahu zcela nového přerozdělení světa. Jinými slovy – v určitém slova smyslu dochází k civilizačnímu střetu mezi Euro-atlantskou civilizací a východoevropskou a asijskou civilizací, které budou mít nyní zatím těžko ocenitelný dopad na všechny země světa; v mnohém připomínající války proti novodobému kolonialismu a za národní osvobození jako důsledek Jaltské konference po II. světové válce.

Součástí tohoto procesu je rozsáhlá propagandistická a informační, psychologická válka, která se v terminologii NATO nazývá strategická komunikace. Různé formy informačního a psychologického působení na široké vrstvy obyvatelstva jsou předem dobře připravené a realizované, mnohdy působí podprahově, jindy zcela nesmírně otevřeně, agresivně. První obětí každé války je pravda. Státní masově sdělovací prostředky z globálního hlediska vlastněné jen několika světovými magnáty, tzv. mainstream, přinášejí informace, které ale nemusejí vždy odpovídat realitě, skutečné pravdě. Nezávislé informační zdroje jsou mnohdy skandalizovány, cenzurovány nebo zakazovány, vypínány z internetového prostředí; lidé s vlastním myšlením začínají být zavražďováni či perzekuováni. V této situaci je poměrně těžké se objektivně orientovat ve velmi složité situaci, a ne každý má schopnost konstruktivního myšlení.

Vedou se rozmanité diskuze, jak čelit dezinformacím. Způsobů je mnoho. Masově sdělovací prostředky mainstreamu, ale i nezávislé zdroje, šíří nepředstavitelné množství (dez)informací. Pokud se budeme ale zaměřovat jen na to, abychom maximálně důkladně dokázali, co je pravda a co je lež (dezinformace), strávíme na tom velké množství času a energie, a svoji válku o pravdu při takto důkladně prováděné analýze nakonec prohrajeme, protože přijdeme o strategickou iniciativu.

Skutečný agresor nepracuje s etikou, morálkou, vyššími principy mravními. Jemu se jedná jen o jediné – zvítězit, a v kontextu dnešní doby to znamená ovládnout myšlení, poznávání lidí, jejich chování a postoje. Agresorovi je dnes jedno, zda šíří pravdu nebo lež, protože ví, že v době digitálních technologií stále více platí pravidlo: „Tisíckrát opakovaná lež se stává pravdou“. A v okamžiku, kdy sice poznáme, co je pravda, budeme již ovládnuti.

Jediným způsobem, jak efektivně čelit dezinformacím, je konstruktivní myšlení. Nemusíme každou informaci hned škatulkovat co je pravda, a co je lež, a lež se snažit protivníkovi obratem vyvracet - stačí si uvědomit, přijít na odpovědi na ty správné otázky: Komu je (dez)informace prospěšná? Kdo ji šíří, proč, a za jakým účelem, na jaké cílové skupiny auditoria? Pokud si budeme pravidelně klást tyto otázky v širokém kontextu, časem zjistíme, že řada dezinformací se sama nakonec ukáže při zpětném ohlédnutí jako ta skutečná lež a potvrdíme si takto postupně náš názor.

Nejlepším způsobem pro boj s dezinformacemi je ale šíření skutečné, prosté pravdy. A té se mnozí bojí, proto je taková snaha zamezit nezávislým informačním zdrojům šíření informací, nebo přístup k nim, zabránit nezávislému myšlení, myšlenkám!

#### Literatura

Agarwal, N.K. and Alsaedi, F. (2020). *Understanding and fight disinformation and fake news: Towards an Information behavior Framework*. Volume 57, Issue 1. Proceedings of the Association for Information Science and Technology. Dostupné z <https://doi.org/10.1002/pra2.327> (12. 7. 2022).

Allied Joint Doctrine for Information Operation. (2009). Brussels: NATO Standardization Agency. Lexicon. 3.10.2009.

Beneš, K. (2014). *Teorie propagandy: vybrané typologie*. E-polis.cz, 5. srpen 2014. Dostupné z <http://www.e-polis.cz/clanek/teorie-propagandy-vybrane-typologie.html> (5. 6. 2022).

- Bratich, J. (2020). Civil Society Must Be Defended: Misinformation, Moral Panics, and Wars of Restoration, *Communication, Culture and Critique*, Volume 13, Issue 3, September, pp. 311–332. Dostupné z <https://doi.org/10.1093/ccc/tcz041> (5. 6. 2022).
- Buckland, M. K. (1991). Information as thing. *Journal of the American society for information science*. Vol. 42, issue: 5, pp. 351-360, DOI 10.1002/(SICI)1097-4571(199106)42:5<351::AID-ASI5>3.0.CO;2-3. Dostupné z <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:A1991FN78000005?SID=EUW1ED0EADRjMg63FSjnT2Pj9HBnX> (5. 6. 2022).
- Cajthaml, P. (2010). Aktivní opatření v období krize komunistického režimu. *Securitas imperii*, Praha: Ústav pro studium totalitních režimů, 2010,238 s. 1804-1612. Sv. 17/2, (2010), s. 80-105. Dostupné z <https://www.ustrcr.cz/data/pdf/publikace/secuiritas-imperii/no17/080-105.pdf> (5. 8. 2010).
- D’Amorim, S., Miranda, M. O. (2021). *Misinformation, disinformation and malinformation: Clarifying the definition and examples in dissinfodemic times*. Dostupné z <https://www.redalyc.org/journal/147/14768130011/html/>, DOI: 10.5007/1518-2924.2021.e76900 (8. 7. 2022).
- Farkas, J., Schou, J. (2018). Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, *Antagonism and the Politics of Falsehood*, *Javnost - The Public*, 25:3, 298-314, DOI: 10.1080/13183222.2018.1463047
- Gregorová, M. (2022a). *Dezinformace, hoaxy, propaganda: zpátky k základům*. Dostupné z <https://gregorova.eu/dezinformace-hoaxy-propaganda-zpatky-k-zakladum/> (1. 6. 2022).
- Gregorová, M. (2022b). *Historie dezinformací: jak se vyvíjely nástroje politického boje a úskoků*. Dostupné z <https://gregorova.eu/historie-dezinformaci-jak-se-vyvijely-nastroje-politickeho-boje-a/> (1. 6. 2022).
- Guilday, P. (1921). The Sacred Congregation de Propaganda Fide (1622-1922). *The Catholic Historical Review*, 6(4), 478–494. Dostupné z <http://www.jstor.org/stable/25011717> (5. 7. 2022).
- Harjuniemi, T. (2021). ‘Post-truth, fake news and the liberal ‘regime of truth’ – The double movement between Lippmann and Hayek’, *European Journal of Communication*. Dostupné z <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/02673231211046784> (7. 7. 2022).
- Humprecht, E. (2019). Where ‘fake news’ flourishes: a comparison across four Western democracies, *Information, Communication & Society*, 22:13, 1973-1988, DOI: 10.1080/1369118X.2018.1474241
- Information Operation (Joint Publication 3-13), (2014). Washington: US Joint Chief of Staff.
- Jowett, G., O’Donnel, V. (2018). *Propaganda and Persuasion*. 416 s., SAGE Publications: Los Angeles, USA.
- Karlova N. A., Fisher, K. E. (2013). Social diffusion model of misinformation and disinformation for understanding human information behaviour, *Information Research*, Vol. 18, 2013. Dostupné z <http://informationr.net/ir/18-1/paper573.html#.Ym5C0-gzbr8> (8. 7. 2022).
- Karlova, N. A., Lee, J. H. (2012). Notes from the underground city of disinformation: A conceptual investigation. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*. Volume 48. issue 1, pp. 1-9. Dostupné z <https://doi.org/10.1002/meet.2011.14504801133> (15. 7. 2022).
- NATO Glossary of Terms and definition* (2015). Brussels, NATO Standardization Office, 2015.
- NATO Information Operations Reference Book*, 2010, Mons: NATO SHAPE/ACT.
- NATO Military Policy for Information Operations*. Brussels (2014): NATO Military Committee, MC 0422/5.

Pacepa, I. M.; Rychlak, R. (2016). *Dezinformace: Tajná strategie Ruska, jak zničit Západ*. Praha: BizBooks.

Řehka, K. *Informační válka*. (2017). Academia, Praha, 218 s.

Tatham, S. (2008). *Strategic Communication: A primer*. Shrivenham: Defence Academy of the United Kingdom, Advanced Research and Assessment Group.

Tatham, S., Pave, R. (2014). *NATO Strategic Communication: More to Be Done?* Riga. Policy Paper No. 1, National Defence Academy of Latvia, Center for Security and Strategic Research.

Taylor, P. (2003). *Munitions of the Mind: A history of Propaganda from the Ancient World to the Present Era*. New York, Palgrave, 344 pp.