

# K PROBLÉMŮM SOUČASNÉ INTERPRETACE INFORMACÍ

## TO THE PROBLEMS OF THE PRESENT INTERPRETATION OF INFORMATION

Prokop TOMAN

### Abstrakt

Rychlý rozvoj informační společnosti a nových možností lidské komunikace jsou nezbytné pro úspěšné fungování informačních systémů. Jedním z hlavních aspektů je interpretace informace koncovými uživateli. Během přenosu konkrétním kanálem dochází k řadě deformací informací. Tento příspěvek popisuje některé základní myšlenky v této oblasti a dává podnět k diskusím o metodách analýzy informačního prostředí.

### Abstract

The rapid evolution of information society and the new potentials for communication between people have been of great importance to the success of most information systems. One of the key aspects is the interpretation of the information by the end users. During the transmission by the concrete channel there are a lot of different deformation of the information. This paper describes some basic ideas in the field and is going to discuss some methods of analyse information environments.

### Klíčová slova:

informace, komunikace, interpretace, dezinformace, fáma

### Key words:

Information, communication, interpretation, deformation of the information

### 1. Komunikační model

Komunikace je jedním ze základních procesů nezbytných pro rozvoj a ochranu systému a vytváření systémů nových.

Filosof K.R. Popper (Popper 1995:173) postuloval koncepci tří světů:

Svět 1 – svět „věcí“, fyzikálních objektů (např. fyzika, biologie, chemie)

Svět 2 – svět subjektivních zkušeností (jako třeba procesy myšlení, emoce, znalosti)

Svět 3 – svět samotných tvrzení, objektivní obsah myšlení, zaznamenávání ideí a aktivit.

Budeme-li chtít do této koncepce implementovat komunikační procesy, bude pro náš výklad vhodnějším modelem následující pracovní zjemnění:

Svět 1a - fyzikální objekty „neživé“ (např. fyzika)

Svět 1b – biologické objekty a procesy.

Komunikační model Shannona a Weavera (1948) byl poprvé publikován v článku nazvaném *A Mathematical Theory of Communication* (zvýraznil P.T.) a počítal s přenosem signálů (ve strojích) a ve svých důsledcích s aplikací zpětné vazby. Tento model se skládal ze známých elementárních součástí: informační zdroj – vysílač – přenosové médium – zdroj šumu – přijímač – koncový uživatel.

Není bez zajímavosti, že „bible kybernetiky“ – slavné dílo Norberta Wienera se v originálu jmenuje *Cybernetics or Control and Communication in the Animal and the*

*Machine*. Do češtiny v roce 1960 převedeno jako *Kybernetika neboli řízení a sdělování v živých organismech a strojích*. (Wiener 1960) (Zvýraznil P.T.).

„... Chemické signály jsou předchůdci dnešních hormonů, které působí uvnitř organismu, a tzv. feromonů, které jsou vysílány na dálku. Chemická komunikace (podtrhl P.T.) tedy za vývoje nezmizela, ani když se vyvinul mnohem dokonalejší informační systém, nervstvo.“ (Charvát 1974: 107)

Colin Cherry ve svém fundamentálním díle *On Human Communication* rozlišuje tzv. obecnější definici cituje přitom psychologa S.S. Stevense: „*Komunikace* – to je rozlišitelná reakce organismu na stimul“ (Cherry 1972: 27). V užším vymezení se Cherry soustřeďuje na sociální komunikaci, tedy oblast dnes „automaticky“ považovanou za komunikaci „en sich“. (Cherry 1972: 42 nn.)

Tomu také odpovídají vymezení, která známe ze současného výzkumu.

„Komunikace (z lat. *Communico*, sbírám (na někoho), sdílím, sděluji), je takové vzájemné jednání mezi lidmi, jehož cílem je porozumění“ (Sokol 1998: 315)

„Lidská komunikace je proces vytváření významu mezi dvěma nebo více lidmi.“

Naše analýza interpretace se soustředí na sociální komunikaci. Předmětem našeho zájmu bude tedy především Popperův svět 2 a svět 3.

V praxi dochází k tomu, že přenosová cesta je složitější než teoretický komunikační model Shannona a Weavera. Mezi zdrojem a koncovým účastníkem je řada uzlů, které se podle své funkce podílejí na (de)formaci přenášené informace. Uzel si můžeme zjednodušeně představit jako místo, ve kterém dochází k transformaci příchozí informace. Tato transformace není exaktně popsána, ale je to soubor velmi různorodých aktivit a vlivů.

Budeme-li si tento uzel konkretizovat například redaktorem zavedeného deníku, který dostal zprávu od redakčního dopisovatele, jeho práce bude spočívat především v úpravě (škrtý, vložení archivních údajů, připojení doprovodných fotografií, potlačení informací jdoucích proti zaměření listu, vyzdvižení účasti spřízněných účastníků akce, uložení nepoužitého materiálu do archivu atd.)

## 2. Interpretační situace

Teoretici rozlišují několik typů interpretační situací. Např. (Khol 1989: 88 nn)

- Předinterpretační situace (vnímání určitého objektu pomocí smyslů – vjem)
- Výchozí interpretační situace (interpretování prvního příznaku patřícího konkrétnímu objektu)
- Základní interpretační situace (interpretace určitého modelu konkrétního representandu)
- Interpretování metamodelu (vyčlenění informace z metamodelu o modelu a z něho teprve o modelované realitě)
- Výměna informací.

## 3. Informační posun

Jak se stane, že **informace** přijatá a využitá recipientem je **jiná** než ta, která byla vyslána do komunikačního kanálu ? Úmyslně používám obecný výraz **jiná**, protože v něm jsou zahrnuty příčiny na různých úrovních přenosu. V průběhu celého přenosu dochází k různým posunům ve formě i obsahu, z rozdílných důvodů a hlavně s různým cílem.

V prvním rozlišení se jedná o tyto příčiny:

- Technický šum / chyba – důsledkem je neúplná nebo deformovaná informace
- Úprava příchozí informace. V komunikačním uzlu dochází k takové úpravě informace, o které rozhoduje výkonný člen tohoto uzlu:
  - ❖ připojení identifikace zdroje, místa, času, zpracovatele
  - ❖ vynechání části (částí) informace
  - ❖ přeskupení jednotlivých částí informace
  - ❖ časový posun ve vydání informace<sup>1</sup> opožděné zpracování již dříve přijatých informací
  - ❖ nekorektní překlady („převody“) vycházející z neznalosti reálií o zemi nebo o kultuře zdrojové informace<sup>2</sup>
- zahlcení - vysílání velkého množství informací, které příjemce není schopen zpracovat
- odmítání informace příjemcem
- dezinterpretace<sup>3</sup> - korektně vyslaná informace je špatně pochopena recipientem
- dezinformace – vysílatel upraví zaslanou informaci tak, aby ovlivnila recipienta ve smyslu jeho záměru
- fáma jako specifická informace blíže neurčeného životního cyklu, která se „někdy“ „někde“ od „někoho“ objevila.

### 3.1. Dezinterpretace

Jedná se o nezáměrnou interpretační chybu recipienta, která vzniká z typologicky zcela odlišných důvodů. Uvedeme zde některé základní mechanismy:

- podléhání dominujícím názorům (výrokům) dominujících personalit,
- interpretace událostí ve smyslu vlastního prospěchu (neúspěch marginalizují, úspěch přeceňují),
- do interpretace se promítají bývalá kritéria jako jediná platná a přitom s novou situací nemají mnoho společného,<sup>4</sup>
- používání abstraktních (a tedy víceznačných) pojmů, vyjadřování se v klišé (zejména při používání nejednoznačných symbolů – viz též překlad),
- nesystémový výklad, metafyzická interpretace jednotlivých jevů bez návaznosti na kontext, na celek,
- špatný překlad z jazyka do jazyka (viz výše).

### 3.2. Dezinformace

„Dezinformace je *úmyslně* zkreslená informace, kterou pachatel tajně vsune do informační soustavy oponenta s cílem oklamat ho a ovlivnit jeho politické, hospodářské či vojenské akce.“ (Bittman, 2000:95)

---

<sup>1</sup> Od informačního embarga na text smluv, projevů, prohlášení až po zákaz uveřejnění po dobu desítek let (např. Zpráva Warrenovy komise o atentátu na JFK)

<sup>2</sup> Např. ve francouzštině tzv. faux amis – „falešní přátelé“: reklama (česky) = publicité (fr.), réclame (fr) = výprodej (česky); hodnota bilionu v Evropě a v USA;

<sup>3</sup> Ve starších pracích se pojmy dezinterpretace a dezinformace zaměňují. Např. Kohl uvádí *záměrné interpretační chyby – falzifikace* (Kohl 1989: 95 a násl.)

<sup>4</sup> Na tuto skutečnost v širším kulturním kontextu upozorňují McLuhan (1991) a Eco (1995): velmi často poměrujeme dnešního člověka měřítky ahistorickými. Člověka intenzivně mediálního věku není možno hodnotit jako člověka závislého jen na orální (narativní) komunikaci.

„Dezinformace je manipulace veřejným míněním, k politickým cílům, s informací zpracovanou nelegálními prostředky.“ (Volkoff 1999:33)

P. Watzlawick analyzuje dezinformaci v širším kontextu lidské komunikace a s patologickými důsledky. Zkoumá experimentální navození neskutečnosti s cílem „zkoumat chování organismů při jejich pátrání po nějakém řádu. ... V konkrétním kontextu je zde komunikace na jednu stranu prakticky nemožná, na druhou stranu však musí padnout nějaké společné rozhodnutí.“ Úmyslné vysílání dezinformací v užším slova smyslu považuje jen za jednu z variant šířeji pojatého problému. (Watzlawick 1998: 55)

### **Již staří Řekové ...**

Klasickým historickým příkladem dezinformace, se kterým jsme se setkali v hodinách dějepisu (pokud jsme nechyběli) je **pověst o dobytí Tróje** ve 13. století př. Kr. Ve stručnosti:

Krasavici Helenu (nevlastní dceru spartského krále Tyndarea a manželku krále Meneláa) unesl Paris (syn trójského krále Priama). (Podle jiných verzí šla Helena s Parisem sama a ráda.) Únos královny manželky byl v oněch herojských dobách dostatečným důvodem k válce. S Meneláem se do Tróje vypravil Odysseus jako mírový emisar. K dohodě nedošlo a achajská vojska se snažila dobýt Tróju. Po deseti létech marného obléhání navrhl Odysseus použít na Trójaný válečnou lest. Nechal postavit obrovského dřevěného koně, do jehož útroh se ukryli nejlepší bojovníci. Achajci opustili válečné pole (a schovali se za útesem na moři). Trójané se domnívali, že se vojska vzdala a vyběhli z bran města k dřevěnému koni. Poblíž se potoukal Sinón, bědný (nastrčený) uprchlík z achajského tábora, který prohlásil, že koně postavili Achajci, aby odčinili Odysseovu loupež posvátné sochy Pallady Athény z trójského chrámu. Tato socha chránila Trójaný a nyní měla být nahrazena dřevěným koněm. Trójané chtěli koně dostat do města, ale kůň neprošel branou, proto museli pro vjezd probourat hradby. Jedině Láokoónt této historce nevěřil, zrazoval Trójaný od instalování koně ve městě – a proto byl (na příkaz Athény) zardoušen dvěma mořskými hady. Dřevěný kůň byl dopraven na hrad, Trójané zpití vítězstvím se opili a tu přišla chvíle pomsty. Sinón otevřel v koni závoru, bojovníci vyskákali a otevřeli závory města a do Tróje vtrhla achajská vojska. Trója byla dobyta, většina obyvatel povražděna, město srovnáno se zemí. Helena se vrátila k Meneláovi, vypila zázračný lék a zapomněla na své předcházející trójské manžely. (Následovaly obvyklé hádky vítězů nad kořistí, ale to již překračuje modelový rámec dezinformace.) (Zamarovský, 1965: 232) (Volkoff 1999: 38)

### **Základní analýza:**

Cíl: proniknout do uzavřeného teritoria nepřítele, zničit jej, osvobodit Helenu

Nositel (médiem) dezinformace je dřevěný kůň

Legenda: dřevěný kůň je náhradní ochránce Tróje namísto odcizené sošky Pallady Athény.

Vlivový agent: Sinón

Nepohodlný nedůvěřivý analytik: Láokoónt

Výsledek: Masové ovlivnění Trójanů (davová psychóza, po deseti létech obléhání kvůli jediné krasavici), následné proniknutí vojsk do jejich teritoria, zničení protivníka, osvobození významného státního představitele – Heleny.

Princip trójského koně se stal pojmem i v moderní informatice. Programátor nasadí do vzdáleného počítače program, který mu umožní přístup k chráněným datům. Cílem může být jen pasivní získání informací, ale také aktivní manipulace s cizími informacemi (převod hotovosti z jednoho účtu na jiný). (Stoll 1997) (Stoll 1987)

### **Již starí Číňané...**

Čínský generál Sun-c' byl historickou postavou. Vědci se jen přou, zda žil v 6. nebo ve 4. století př. Kr. Jeho kniha *O Válečném umění* měla vliv na mnohé světové strategy, Mao Cen Tunga nevyjímaje. Sun-c' vysvětluje, že veškeré válečné umění je založeno na klamu a šalbě a nejvyšší rafinovaností je zaútočit s plány protivníka. (Volkoff 1999:40)

V jeho díle objevujeme také návod jak dosáhnout vítězství s pomocí dezinformací:

- v zemi protivníka zdiskreditujte všechny, kteří mají nějaký majetek,
- mezi občany v zemi protivníka zasévejte rozkoly a vyvolávejte bezdůvodné hádky,
- poštvěte mladé proti starým,
- zesměšňujte tradice vašich protivníků.

Tyto body citují všichni experti na dezinformace a opomíjejí další moudrost, která je proklamována v Kapitole o užívání zvědů (Mistr Sun 1995: 99):

„Bez skutečné geniality nedokáže nikdo užívat zvědů

Bez opravdové humanity nedokáže nikdo řídit zvědy

Bez té nejdokonalejší představivosti nikdo nedokáže ze zvědů vytěžit fakta“

### **Politická a dezinformační příprava operace „Overlord“**

„Velká trojka“ W. S. Churchill, J. V. Stalin a F. D. Roosevelt zasedala v Teheránu 30. listopadu 1943. Zasedání popisuje britský ministerský předseda W. S. Churchill.

„Zeptal jsme se také, jestli nebudou mít tři štáby nějaké potíže s koordinací zastíracích plánů. Stalin vysvětlil, že Rusové se ve značném rozsahu uchýlili k vojenské lži a využili maket tanků, letounů a letišť. Zastírací činnost v éteru byla také účinná. Stalin byl bez výhrad nakloněn tomu, aby štáby spolupracovali na přípravě společných krycích a zastíracích metod. „Ve válce,“ konstatoval jsem, „je pravda natolik drahocenná, že musí být vždy doprovázena lží jako tělesnou stráží.“

Nepřítel se musel dozvědět, že plánujeme velkou invazi. Museli jsme proto utajit čas a místo útoku, resp. ho přesvědčit, že se vylodíme někde jinde a někdy jindy. Už to samo vyžadovalo obrovské duševní i praktické úsilí. Do pobřežních oblastí byl zakázán přístup návštěvníkům, byla zpřísněna cenzura, dopisy odeslané po určitém datu nebyly prozatím doručovány, velvyslanectvím cizích zemí bylo zakázáno odesílat šifrované telegramy a dokonce byla na čas zadržena jejich diplomatická zavazadla.

Náš hlavní zastírací manévř spočíval v předstírání, že se chystáme přejít přes Doverskou úžinu. Ani dnes by nebylo vhodné, aby byly vyličený všechny metody, jichž jsme využili k oklamání nepřítele, ale byly použity všechny, jež jsou evidentní jako třeba klamné soustředění sil v Kentu a Sussexu, shromáždění flotil maket lodí v Cinque Ports, cvičná vylodění na okolních úsecích pobřeží a zvýšený radiový provoz. Na místech, kam jsme nehodlali připlout, byl proveden rozsáhlejší námořní a letecký průzkum než na místech, kde jsme se chtěli vylodit. Konečný výsledek byl obdivuhodný. Německé vrchní velení naprosto uvěřilo v pravost důkazů, jež jsme jim sami dali k dispozici. Vrchní velitel na západní frontě Rundstedt byl přesvědčen, že naším cílem je oblast Pas-de-Calais.

V soustředěvacích táborech byli vojáci poučeni, že nikdo z nich nesmí opustit tábor. Samy tábory byly rozmístěny poblíž míst nalodění. Bylo krajně nepravděpodobné, že by všechny námořní a pozemní přesuny mohly uniknout pozornosti nepřítele. Jejich letectvu se přitom naskýtalo mnoho lákavých cílů, a proto byla v plném rozsahu provedena preventivní opatření. Celá jižní Anglie se tak proměnila v obrovské vojenské ležení plné mužů, kteří byli vycvičení a poučeni a nemohli se dočkat, až se vodami průlivu La Manche pustí do boje s nepřítelem.“ (Churchill 1993)

D. Eisenhower jmenoval George S. Pattona do čela neexistující armádní skupiny v jihovýchodní Anglii, která měla Němce oklamat předstíranými invazními přípravami k vylodění u Pas-de-Calais. Protože Němci považovali Pattona za nejlepšího amerického generála, sledovali jeho vystoupení v tisku a na veřejnosti se zvýšenou pozorností a sedli na lep. Patton si uvědomil, že plní klíčový úkol a vzorně spolupracoval s odborníky na psychologickou válku, aby dosáhl rehabilitace (za excesy v Africe a na Sicílii), což se později skutečně stalo převzetím 3. americké armády. Pattonova činnost byla součástí mimořádně pečlivě zpracovaného systému oklamání nepřítele, který se opíral o 6 hlavních a 36 doplňkových plánů. Jedním ze dvou hlavních byl Fortitude North, který vytvářel silným radioprovozem zdání, že u Edinburghu se soustředila 4. britská armáda určená k vylodění v Norsku. Výsledkem bylo, že 13 německých divizí na norském území se ani nepohnulo a mělo zvýšenou pohotovost. Plán Fortitude South se zase pokoušel přesvědčit Němce, že k invazi dojde na nejužším místě Lamanšského průlivu, což platilo i v době po invazi. Spojenci totiž předstírali, že vylodění v Normandii má jenom odvést pozornost od hlavní invaze, která přijde později. Těmto plánům sloužil nejen radiový provoz, ale i klamné přesuny vojsk, rozmístění maket vojenské techniky, cílené partizánské přepady a v neposlední řadě i průnik do německé špionážní sítě ve Velké Británii, kterou se podařilo „obrátit“, a Berlín byl zaplaven falešnými informacemi. Nacistické velení nakonec uvěřilo, že v jihozápadní Anglii čeká na povel k útoku 90 divizí, z toho 50 amerických, i když ve skutečnosti tu bylo jen 35 divizí a zbytek tvořila kamufláž.

### 3.3. Fáma

Fámu jsem označil jako nevlastní sestru dezinformace (Toman 2001: 65) Je zřejmé, že patří také do rodiny deformovaných informací. Fáma existuje od té doby, kdy lidstvo komunikuje a prostřednictvím svých jedinců (entit) se pomlouvá. Fenomén zvaný **fáma** nestál solidním odborníkům v demokratických vědeckých společnostech za pozornost. Teprve fáma jako nástroj ovlivňující veřejné mínění ve druhé světové válce přiměla experty na masovou komunikaci (a jím blízkým teoretikům i praktikům) se tímto jevem systematicky zabývat.

Již vymezení<sup>5</sup> fámy není jednoduché. První seriózní formulace se objevily v anglosaské a francouzské odborné literatuře koncem druhé světové války.

R. Knapp v roce 1944 napsal, že „fáma je informace předkládaná k ověření. Souvisí s aktuálním děním a je rozšiřována bez oficiálního ověření“.

Klasici G.W. Allport a L. Postmann v roce 1946: „... Fáma je sdělení, které se týká aktuálních událostí, kterému se má věřit a které se šíří od osoby k osobě zpravidla ústně. Neobsahuje údaje, podle nichž by se dala posoudit jeho pravdivost.“

W. Peterson a N. Gist v roce 1951: „Fáma je neověřená zpráva nebo vysvětlení rozšířené mezi lidmi. Týká se předmětu, události nebo otázky veřejného zájmu.“

Americký sociolog T. Shibusawa prohlásil, že podle něj jsou fámy improvizované informace, které vyplynou z kolektivní diskuse. U zdroje zprávy je podle něj vždy důležitá mnohoznačná událost. (Kapferer 1992: 9)

### Orleánská fáma

V květnu roku 1969 se v městě Orleáns rozšířila „zpráva“, že v několika obchodech s ženskou konfekcí organizují obchod s bílým masem. Mladé dívky jsou ve zkušebních kabinách omámeny injekcí, poté uklizeny do sklepa a v noci odvezeny do exotických zemí, kde jsou nuceny k prostituci. (Morin, 1969: 17)

---

<sup>5</sup> Osobně dávám před pojmem *definice* přednost pojmu *vymezení*. Domnívám se, že *definice* přísluší exaktním vědám (např. „...malé kladné  $\varepsilon$  v okolí bodu  $x_0$  ...“) zatímco v oblastech neustále se vyvíjejících můžeme lépe použít termín spíše pracovního charakteru.

Tato fáma měla takový ohlas u veřejnosti i ve sdělovacích prostředcích, že se stala předmětem hloubkové analýzy (Morin, 1969) a modelem pro obdobné případy.

Pozadí podobných historek je vždy stejné. Objevilo se několik novel a článků, které popisovaly podobný průběh případu. V tomto případě autor analýzy cituje na prvním místě románek Šeherezády (krásné rudovlásky) a agenta britské tajné služby. Nebohá zákaznice byla v jistém módním salonu na Picadilly omámena uspávacím plynem a zavražděna. (V detektivce *Un couvent vers le vent*, edice Mystère-Espionnage, 1968) – Stejný námět mělo několik románů. Jedním z nich z angličtiny přeložený Sexuální otroctví od Stephana Barlaye. Výňatek popisující právě praktiky omámení a zavraždění mladých dívek byl přetištěn v časopisu *Noir et Blanc* bez uvedení prvotního zdroje a text byl pojat jako autentická reportáž doprovázená fotografiemi.

Navíc historie známá jako orleánská fáma nebyla první svého druhu. Již od roku 1959 se ve Francii šířily obdobné fámy (Paříž, Toulouse, Tours, Le Mans, Lille a další). Zajímavé je, že v předešlých případech nebylo vedeno žádné žurnalistické, sociologické nebo policejní šetření.

Fámy šířené obecně na lokální úrovni mají větší či menší účinek. Pro nás je důležité, že fámy se šíří v podnicích, v kancelářích, v politickém světě, v marketingu, ve finančních kruzích a v dalších oblastech. Tam jde již o fenomén nebezpečný, destabilizující a vedoucí k dočasné nebo trvalé roztržce obchodních partnerů. Proto se v této kapitole věnujme anatomii fám jako společenského jevu.

**Vznik fámy** – jak jsme již naznačili – je nejasný. Z případové ministudie Orleánská fáma vyplývá, že živnou půdou je souběh událostí, které se stanou stavebními kameny nové fámy: článek v místním periodiku, utajovaný exhibicionismus místních lidí, historka vyprávěná s nadsázkou (a tematicky se vztahující k budoucí fámě), zvýraznění bizarnosti místa, kde se fáma odehraje, objevení se cizince v místním teritoriu, informační vakuum, demografický tlak (nerovnováha ve společenských skupinách: mužů vůči ženám, dělníků proti intelektuálům) a jiné.

Přesto vlastní zdroj fámy není prvořadým faktorem. Jednak pro svou mlhavost (málokdy je vypátrán), jednak se v dalších fázích životního cyklu fámy ztrácí.

Důležitější je šíření fámy a její přetváření. Fámě se daří tam, kde má pragmatické opodstatnění. (Kepferer 1992: 45) Fáma je jev více společenský než informační. Vezměme si jakoukoliv fámou v poslední době (opilství populárních umělců, psí život psů politických reprezentantů aj.) a při debatě o ní vidíme, že s názory „pro“ – „proti“ – „ne, ale...“ – „není šprochu, aby na něm nebylo pravdy trochu...“ jsme začleněni do jedné z příslušných společenských skupin. Diskusí o fámě přispějeme k jejímu dotváření. Jsme spolutvůrci, protože podle modelu komunikačního aktu v komunikačním kanálu jsme jedním z uzlových bodů a jako takoví máme „právo“ část zprávy<sup>6</sup> upravit: část zamlčet – zapomněli jsme, nelíbí se nám, ohrožuje společenskou skupinu, se kterou se identifikujeme, část přidat – „vylepšíme“ zprávu podle vlastních životních zkušeností, vzhledem k našemu dosavadnímu hodnocení zprávy a jejího účinku na další členy komunikačního řetězce.

Pokud má fáma něco společného s dezinformací, je to směs reálných podkladů a vymyšlených zpráv. Právě reálné podklady dodávají fámě důvěryhodnost.

Fáma s přesným zaměřením (např. politická nebo finanční) již svou strukturou a chováním nepatří do kategorií fám, ale inklinuje k dezinformaci. Je to dáno také tím, že politické nebo finanční fámy potřebují přesnou znalost příslušného prostředí, pokud se ovšem nespokojíme s prvotními (a z kontextu vytrženými) zprávami.

---

<sup>6</sup> V tomto kontextu používám raději pojem *zpráva* než *informace* právě z důvodu, který by měl být výsledkem naší úvahy o fámách.

#### 4. Interpretační zásady

Psycholog R. Knapp formuloval v roce 1944 pro Office of War Information doporučení, jak čelit fámám (Kapferer, 1992: 12):

- je třeba, aby veřejnost chovala takovou důvěru v oficiální média, aby ji nelákalo se informovat jinde,
- je nutné, aby veřejnost měla naprostou důvěru ve vedoucí osobnosti (politiky, vládu), aby věřila vládě, že dělá vše co je v jejich silách, pro řešení problémů vyvolaných krizí a válkou,
- když dojde k nějaké události, je důležité vydat o ní co nejdříve maximum informací,
- je třeba zajistit, aby se tyto informace dostaly ke všem,
- je třeba chránit obyvatelstvo před nečinností, protože nuda vyvolává hlad po pověstech, které by vnesly vzrušení do monotónní existence.

Jak čelit dezinformacím popsal Kapferer (1992):

- mlčením (záleží na případu a na segmentu šířitelů a posluchačů),
- soustředěným útokem právě do míst (sociálních skupin), kde se dezinformace nebo fáma nejvíce šíří,
- dementi (různého rozsahu a formy, s nebezpečím, že informujeme i ty, kteří o fámě nic neslyšeli).

V případě orléánské fámy se velmi rychle (již po třech týdnech) objevila soustředěná antifáma podporovaná místní policií, tiskem i postiženými obchodníky. Během měsíce byla fáma odsunuta („nestojí to za řeč“, „já tomu přece od počátku nevěřil“) (Morin, 1969: 92)

Shrňme zásady analýzy každé důležité, ale neověřené informace:

- nejdříve analyzovat zdroj (byl dosud důvěryhodný, je to zdroj náhodný, neznámý, ověření z více nezávislých zdrojů...)
- jak vlastní informace zapadá do aktuálního stavu aktivit a prostředí (věrohodnost)
- „Cui bono“ – komu prospěje
- analyzovat v komplexu prostředí, času, historie, předpokládaného vývoje
- empatie interpreta a tvůrce interpretačního modelu.

Tato neobvykle vyhlížející exkurze do světa historie, válečnictví a diplomacie by chtěla být příspěvkem k analýze interpretačních postupů především ekonomických informací v širším slova smyslu, neboť snahy ovlivňovat protivníka informacemi se dnes přenesly z polí válečných na pole ekonomie, obchodu, technologií, know-how.

#### Bibliografie

- Bittman, L. (2000) Mezinárodní dezinformace. Praha: Mladá fronta 2000.
- Eco, U (1995) Skeptikové a těšitelé. Praha: Svoboda 1995.
- Charvát, J. (1974) Člověk a jeho svět. Praha: Avicenum 1974.
- Cherry, C. (1972) Člověk i informacijas. Moskva: Svjaz 1972.
- Churchill, W.S. (1993) Druhá světová válka. Kruh se uzavírá. V. díl. Praha. Nakladatelství Lidové noviny 1993.
- Kapferer, J.N. (1992) Fáma – nejstarší médium světa. Praha: Práce 1992
- Khol, J. (1989) Interpretace. Praha: Academia 1989.
- McLuhan, M. (1991) Jak rozumět médiím: Extenze člověka. Praha: Odeon 1991.
- Mistr Sun (1995) O válečném umění. Olomouc: Votobia 1995. Přel. O. Král. 1.vyd. 107 s.
- Morin, E. (1969) La Rumeur d'Orléans. Paris: Édition Seuil 1969.



Popper, K.R. (1995): Věčné hledání. Praha: Prostor 1995. 1. vyd. 232 s.  
Shannon, C.E. (1948) A mathematical theory of communication, *Bell System Technical Journal*, vol. 27, pp. 379-423 and 623-656, July and October, 1948.  
Sokol, J. (2002) Filosofická antropologie: Člověk jako osoba. Praha: Portál 2002. 1.vyd. 222s.  
Stoll, C. (1987) What Do You Feed a Trojan Horse? In: Proceedings of the 10<sup>th</sup> National Computer Security Conference, September 1987.  
Stoll, C. (1997) Kukaččí vejce. Praha: Mladá fronta 1997. 1. vyd. 352 s.  
Toman, P. (2001) Dezinterpretace a dezinformace. Ego 2001. Ústí nad Labem: UJEP 2001.  
Volkoff, V. (1999) Petite histoire de la désinformation. Monaco: Édition de Rocher 1999.  
Watzlawitzk, P. (1998) Jak skutečná je skutečnost ? Mylné představy, klamání, porozumění. Hradec Králové: Konfrontace 1998. 1. vyd. 236 s.  
Wiener, N. (1960) Kybernetika neboli řízení a sdělování v živých organismech a strojích. Praha: SNTL 1960.  
Zamarovský, V. (1965) Bohové a hrdinové antických bájí. Praha: Mladá fronta 1965.

**Adresa autora:**

Doc. Ing. Prokop TOMAN, CSc.

ČZU, Provozně ekonomická fakulta, Katedra informačního inženýrství

[toman@pef.czu.cz](mailto:toman@pef.czu.cz)