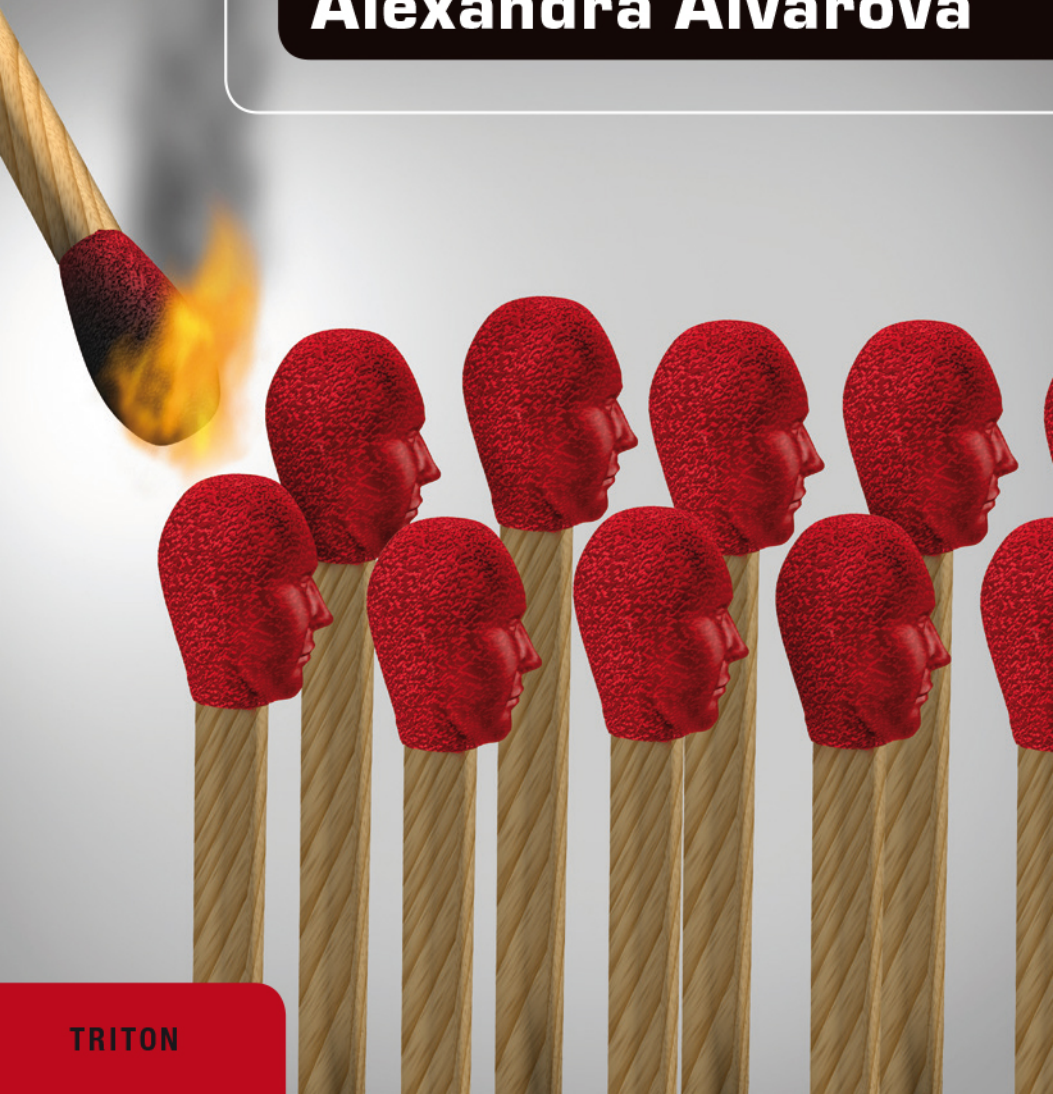


PRŮMYSL LŽI

PROPAGANDA, KONSPIRACE
A DEZINFORMAČNÍ VÁLKA

Alexandra Alvarová



TRITON

Průmysl lži

Vyšlo také v tištěné verzi

Objednat můžete na

www.tridistri.cz

www.e-reading.cz

www.palmknihy.cz



Alexandra Alvarová

Průmysl lži – e-kniha

Copyright © TRITON, 2018

Všechna práva vyhrazena.
Žádná část této publikace nesmí být rozšiřována
bez písemného souhlasu majitelů práv.



TRITON
Praha/Kroměříž

Alexandra Alvarová

Průmysl lži

Propaganda, konspirace a dezinformační válka

PRŮMYSL

LŽI

PROPAGANDA, KONSPIRACE
A DEZINFORMAČNÍ VÁLKA

Alexandra Alvarová

Alexandra Alvarová

Průmysl lži

Propaganda, konspirace a dezinformační válka

Tato kniha ani žádná její část nesmí být kopírována, rozmnožována ani jinak šířena bez písemného souhlasu vydavatele.

Copyright © Alexandra Alvarová, 2017

© Stanislav Juhaňák – TRITON, 2017

Cover © Renata Brtnická, 2017

Vydal Stanislav Juhaňák – TRITON,

Vykáňská 5, 100 00 Praha 10,

www.tridistri.cz

ISBN 978-80-755-3492-7 (tištěná kniha)

ISBN 978-80-755-3506-1 (ePDF)

ISBN 978-80-755-3507-8 (ePUB)

ISBN978-80-755-3508-5 (Mobi)

„Není důležité, jak to je, ale jak to vypadá.“

– PRVNÍ ZÁKON SPINU

VĚNOVÁNÍ

Tuto knihu věnuji svému manželovi. Nebýt jeho, nikdy bych nedokončila nic z toho, co dělám.

Za finální impuls („Přestaň psát na Facebook a napiš o tom knihu!“) děkuji předsedovi právního výboru Evropského parlamentu Pavlu Svobodovi. A fotografovi Antonínu Lavrenčíkovi, jehož bezděčný výkřik při předvolebním fotografování: „Ty ses pro tohle řemeslo prostě narodila!“ mi dlouho vrtal hlavou.

Poděkování patří i Haně Boškové, právní lingvistce, která pomáhala utřídit mé chrlení do logicky navazujících textových celků, a Jiřímu Kůsovi, který mne upozornil na chyby v textu týkající se odborných psychologických výzkumů a seznámil mne s teorií persuaze a vymyslel název knihy.



ZVLÁŠTNÍ VĚNOVÁNÍ

Mým rodičům, kteří mne s láskou vychovali.

PŘEDMLUVA



Tahle kniha je celá o propagandě

Ještě než začnu psát a vy číst, musíme si něco vyjasnit. Toto není studie sociálních věd. Ani odborná kniha pro výuku mediální teorie. Nečekejte žádnou metodickou soustavu postupů, ani případovou studii, komparaci, kvalitní poznámkový aparát, důsledné citace. Nic takového. Jsem propagandista. Tím myslím prodavač idejí. Nechci napsat odbornou literaturu, v průběhu čtení pochopíte proč. Tuhle knihu píšu proto, abyste ji četli. Vy jste cílová skupina.

Vy všichni jste nějak zranitelní tím, co umím. Když knihu napíšu odborně a vyplním ji kvalitní sociálně-vědní a mediální teorií, nedočtete ji do konce. A já chci, abyste ji četli. Mám k tomu osobní důvody. Mám strach, že moje země ztratí svobodu a demokracii dřív, nežli si uvědomí, že byla napadena. Cítím bolest, že nedokážu vysvětlit lidem, které mám ráda, že se jejich hlav a srdcí zmocnil stejný duch nenávisti, jaký způsobil druhou světovou válku. Vidím absurdní chování poklidných

sousedů na vesnici, odkud pocházejí mí rodiče. Jejich touha „vyhnat machometány“ na malé vsi, kde je a příštích padesát let bude jediným cizincem Vietnámec v místní večerce, mi připadá stejná jako strach německých žen ze spiknutí světového židovstva v roce 1935. Odpovídají tomu výsledky sněmovních voleb, ve kterých vyhráli populisté a extremisté přes polovinu poslaneckých křesel.

Dobrá propaganda je jako droga v pitné vodě. Jejím úkolem není jen veřejné mínění měnit, ale především s ním jemně manipulovat. Někdy ta manipulace může spočívat jen v prohloubení a vyostření názorů, které jsou již mezi lidmi rozšířeny, stačí je jen zesílit, dát jim ostřejší tvar a silnější hlas. Některé názory jsou často žity a smýšleny, aniž by byly vysloveny. My Češi jsme například podle průzkumu univerzity v Harvardu z května 2017 nejrasističtější a nejnesnášenlivější národ v Evropě,¹ ale doposud jsme o tom spolu nemluvili, tak trochu jsme se za to styděli. Propaganda může být i to, že se některá morální TABU vysloví nahlas a někdo je etabloje v ústech politiků a veřejně známých lidí, posune je z přítmi sklepa, ve kterém se tísní věci, které jsou „fuj“, na výsluní mezi názory přijatelně většinové, prominentní. Nemyslitelné se stane každodenností.

¹ Celoevropský výzkum univerzity v Harvardu v květnu 2017. Výzkum uskutečněn jako IAT (Implicit Association Test). Více na https://figshare.com/articles/European_map_of_Implicit_Racial_Bias/4750588.

Propaganda není jen šíření lži, jak by se mohlo zdát. Šíření lži a falešných informací, dezinformací a misinformací je samozřejmě temnější součástí této moderní zbraně. Ale propaganda disponuje neuvěřitelně kreativním arzenálem práce s pravdou, ke které přimíchává významy, akcenty, tu a tam drobnou lež, někdy jiné vyznění, správný podtext, mírně manipulovanou fotku – a polopravda už náhle nevypadá tak nesnesitelně hloupě, je z ní kočka, v médiích působí sexy... začíná po ní být poptávka.

Když se ve vás propaganda usídí, chcete víc, ale nevíte o tom. Konzumují ji skoro všichni a všichni nevědomky. Lidé, kteří povrchně čtou. Lidé, které ve škole nebyla fakta. Středoškoláci, kteří nemají dost informací a nevědí, jak se informace ověřují. Starší lidé, kteří už cítí, že je tělo tolik neposlouchá, a pronásleduje je strach, ten věčný slabý bod někde v břiše, za který nás lze uchopit. Lidé z malých vesnic na Moravě, kde nikdy v historii žádní cizinci nežili ani neprojížděli. Vysokoškoláci v mládí silně zasaženi komunistickou propagandou.

Propagandu konzumují stejně intenzivně i ti, kteří přeceňují své vzdělání a myslí si: „Já mám přece dvě vysoké školy, já bych se nikdy nenechal oblbnout...“ Konzumují ji matky s dětmi. Nezaměstnaní tátové od rodin. Manželé z vesnic pod 5000 obyvatel, kde zrušili školu, knihovnu, nechali spadnout kostel, zkrachovat hospodu a zrušili polovinu spojů do nejbližšího města. Ženské, které zklamal život a v padesáti nemohou nalézt

žádnou naději. Každý z nás má slabé místo a patří do nějaké cílové skupiny. Občas i já „spolknu návnadu“ a uvěřím něčemu, co je manipulace, nepravda. Je totiž velmi těžké rozlišit, které informace na internetu jsou pravdivé, seriózní, ověřené. A s jakým úmyslem byly napsány. A to se propagandou zabývám už velmi dlouho. Není většího omylu, než předpokládat, že propaganda je určena jen hlupákům. Nebuďme na svůj intelekt příliš pyšní, v této knize si ukážeme, jak malou roli hraje náš rozum v budování názorů na základě internetových informací.

Všichni máme slabé místo, skrze které je možno nás ovlivnit. Propagandisté tato slabá místa znají a mluví jazykem, který vytváří pudový hromadný souhlas. Ztotožnění.

Propaganda zasáhla naše životy tak silně proto, že se sešly čtyři faktory ve stejný čas. Prvním předpokladem byly peníze. Jako u všeho, že? Putin do propagandistické války investoval naprosto největší finanční prostředky v historii masového ovlivňování. Jen jeho televize a kanál Russia Today stojí stovky milionů dolarů ročně.² Druhou šťastnou náhodou bylo „zlidovění“ interne-

² Budget Russia Today v roce 2015 činil (oficiálně dle ruských zdrojů) 400 milionů dolarů. Pro srovnání, budget BBC byl ve stejném roce 376 milionů dolarů. Zdroje: *Nelson, Elizabeth; Orttung, Robert; Livshen, Anthony (8 December 2015), „Measuring RT's Impact on YouTube“ (PDF), Russian Analytical Digest, Forschungsstelle Osteuropa Bremen, Germany, Center for Security Studies (CSS), ETH Zürich, Switzerland,*

tu a sociálních sítí, kde se – jak mnoho lidí dosud věří – rodí informace samy a zadarmo. Třetím faktorem bylo dosud nejpropracovanější užití sociální a masové psychologie, velmi aktuální, vědecky podložené a invenční. Opravdu, musím přiznat, z mého hlediska dobrá práce. Vlastně smekám. A čtvrtou okolností byla naše naprostá nepřipravenost, kolébající lenost tzv. Mírové dividendy (už nemusíme zbrojit, Rusové jsou už hodní, tak za ty peníze postavíme třeba silnice a dáme si dvacet). Zmizela Svobodná Evropa, Hlas Ameriky, Volá Londýn, všechny ty stanice, které jsme znali z dob studené války a kterým jsme my ve východním bloku důvěřovali, protože „byly z druhé strany“ a držely vysoký profesní standard novinářské práce. Beztak na nás komunismus zanechal následky. Dodnes věříme, že Američané jsou zlý tlustý imperialistický národ, že Rusové jsou naši slovanští bratři, kteří nám rozumějí, a my Češi jsme všichni slovanského původu, i když je to celé úplně jinak, jak dokazují aktuální genetické testy DNA příbuznosti populací v Evropě.³ Zkrátka virtuální realita se mění na

Institute of History, University of Basel (177), retrieved January 23, 2016 – <http://www.css.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/cis/center-for-securities-studies/pdfs/RussianAnalyticalDigest177.pdf>.

³ Výzkum genetické genealogie Čechů z MUNI Brno, zdroj: <https://www.novinky.cz/veda-skoly/453236-jen-tretina-cechu-ma-slovanske-koreny-ukazal-vyzkum.html> a <http://www.genetickagenealogie.cz/novinky/populacni-data/rozlozeni-haploskupin-mtdna/>.

„zažitá fakta“, aniž si všimnete. Stačí dlouho opakovat reklamní slogany o hlasu slovanské krve a najednou je ze sloganu fakt.

Moje kniha není určena vzdělavcům v univerzitních knihovnách a odborným opinionmakerům v oblasti mediální a zahraniční politiky, protože lidé jejich názorům stejně už dávno nenaslouchají. Odvykli jsme přikládat vzdělavcům a odborníkům váhu a jejich prostor v médiích je devalvován na pouhé vršení protichůdných dobrozdání. (Pět minut Židé, pět minut Hitler, ať jsme objektivní.) V našich hlavách se vrství zmatek, informační chaos, hodnotová nejistota. Píšu pro lidi z venkova, co nejraději ze všeho po práci zapnou TV Prima a hned po zprávách se zobrazenými hrůzami vraždicích uprchlíků pojíždají oříšky u bezpečného domácího seriálu s českými herci. Píšu pro lidi, co neumějí žádný cizí jazyk a v životě nebyli dál než v blízkém Chorvatsku u moře.

Dlužím jim informaci o tom, jak my marketéři a propagandisté zacházíme s jejich mozky.

Já jsem ten poslední, kdo by ohrnoval nos. Jejich chování a důvěřivost mne totiž živí – jako všechny marketéry.

Nejsem „sluníčkář“. Nejsem „vlastenec“. Nejsem žádný z pojmů, který pro nás v Rusku vymysleli. Jsem obyčejná máma od dvou dětí, bytost, která dost staromódně věří v dobro a ve zlo. A má občas i špatné svědomí, že možná svým působením pomáhala postavit korálový útes marketingové lži, zlatého telete, kterému se dnes všichni klaňají a které propagandisté tak brutálně zneužili.

Díky internetu a informačnímu propojení světa došlo k nevratným změnám v tom, jak je svět organizován. Je marné si stýskat, že za našich mladých let bylo vše lepší, pomalejší, jednodušší, srozumitelnější. Zapomeňte na naději, že lze vrátit čas. Jediný historicky vyzkoušený způsob, jak se propadnout z pádící civilizace do dávnověku, je válka. Podívejte se, co zbylo z kvetoucího vyhlášeně krásného města Damašku v Sýrii. Nemůžeme zpět. Ano, dnešní svět je odporně rychlý a totálně nesrozumitelný. I já se bojím. Jenže nikdo na světě, žádný hlasatel pravdy ani politiky nedokáže bez ničivé války vrátit čas. Snažme se proto vychovat generaci, která v tomto novém světě technologií a podobných nových vztahů dobře ob stojí. Je to lepší než jim vzít budoucnost ve volbách, bát se a volit populisty, pouťové dryáčníky, nezralé násilníky a pseudoválečníky. Takových se každý zkušený voják štítí. Oni do válek a občanských válek nepůjdou, spíše je rozpoutají a nacpou tam místo sebe naše syny. Pokud nechceme obětovat budoucnost našich dětí, věnujme jejich výchově čas a opatrně zvažujeme své chování ve volbách – kráčíme po hraně útesu.

Novodobá propaganda je postavena na strachu z cizinců, především muslimů. Nevěřím, že jsou všichni muslimové beránci. Na můj vkus je mezi nimi opravdu příliš mnoho těch, kteří schvalují jiné kulturní vzorce jako řešení běžných problémů.⁴ Tohle není moje civilizace.

⁴ Počet muslimů, kteří chtějí právo šaria jako oficiální právní systém v zemi: Afghánistán (99 %), Irák (91 %) Pákistán

Věřím ale, že musíme rozlišovat důsledně mezi slovem muslim, islamista a terorista.⁵ Já vím, svět by byl o tolik jednodušší, kdybychom se mohli vrátit k pravdám našich evropských babiček, že každý Turek seká hlavy a každý Arab je zloděj. Ale náš svět se vyvíjí a naše poznání s ním. Komplikovaná pravda bývá dost často nerosozumitelná.

Mír klidně zmizí jedinou špatnou volbou do volební urny, to nás Evropany naučil Hitler... A propaganda je především směřována k ovlivňování volebních rozhodnutí.

V České republice je již deset let velmi úspěšná propaganda protievropská. Dopadla na úrodnou půdu českého strachu z cizího, cizím jazykem mluveného. Ostatně všichni v Evropě nazývají Němce slovem Germáni, jen my Češi a Poláci jim říkáme Němci, od slova němý. Jejich jazyku nerozumíme, je to jako kdyby huhlal němý. Tak velký odpor to kdysi byl. Cizák rovná se nebezpečí.

Jsem také přesvědčená, že Evropská unie je zatuhlý byrokratický právní spolek, který nám ovšem přináší

(84 %) – oproti tomu např. Turecko (12 %), Kazachstán (10 %) a Ázerbájdžán (8 %). Zdroj Pew Research, 2017 – <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/08/09/muslims-and-islam-key-findings-in-the-u-s-and-around-the-world/>.

⁵ Muslim – ten, kdo praktikuje islám jako náboženství; islamista – ten, kdo používá islám, respektive některé jeho části k ospravedlnění násilné rétoriky vůči ostatním náboženstvím; terorista – ten, kdo páchá hromadně kriminální násilí s politickým nebo náboženským zdůvodněním.

mnoho dobrého, když nepočítám miliardy na zlepšení silnic, podniků, památek, budov, podnikatelských programů, pořád je tu ještě vyšší kultura pojetí práva (ne, nedělám si legraci, opravdu je pro nás evropské právo zlepšením a inspirací, a ne naopak, stačí jen trochu číst). Tatáž unie také vyprodukuje tu a tam úplně zbytečnou „volovinu“. Ale co my, Češi? Počínáme si trochu jako blázní. Vyskakujeme z lodi jen proto, že v lodní kuchyni občas rozvaří špagety. Normální člověk by si šel anglicky stěžovat šéfkuchaři. Průměrný Čech anglicky neumí a učit se nechce.⁶ Raději si navlíkne vestu a hází nohy přes zábradlí. Ani si přitom nevšimne, že ten jediný záchranný člun dole je smradlavá ruská džunka, do které teče a kde už sedí parta pobertů, co volá nahoru: Vezměte si peněženku, bude se vám hodit!

Sociální sítě jsou zamořeny propagandou víc, než si umí kdokoli z nás představit. Ale ne každá manipulace a lež, kterou na internetu potkáte, pochází z Ruska. Nové metody, pokud fungují, jsou jako mor, rychle se šíří. Dnes už má k dispozici dobře promazaný propagandistický stroj i Čína, islamisté na středním východě, prostě kdekdo. Tak dlouho se metody spinningu, public relations, propagandy užívaly v masovém měřítku pro volební účely, až je Rusové tiše dotáhli k dokonalosti

⁶ Eurobarometr – pouhých 11 procent lidí považuje svou znalost angličtiny za dobrou. Ve výzkumu jsme skončili na posledním místě v EU; <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/cesi-si-urizli-ostudu-anglicky-umi-nejhur-z-cele-eu/r-i:article:760975/>.

a začali je používat ve formě zbraně. Americké firmy na výplach mozku voliče zde sice byly už dávno před ruskou hybridní válkou, ale jejich cíle byly komerční. Ne vojenské. Se stále se zdokonalujícími metodami tohoto tichého válčení o veřejné mínění se postupně ustálilo nevyslovené pravidlo: „Pitomý volič – užitečný volič“.

Znáte ten kreslený vtip? Na obrázku je namalováno pět stadií vývoje člověka od Homo erectus až po Homo sapiens a ten poslední, počítačový inženýr, říká svému předchůdci: „Vraťte se zpátky, všechno jsme podělali...“ Tahle skepse je dneska všude. Jak to bylo za našeho mládí všechno hezké a srozumitelné...

Ani já nejsem imunní vůči nostalgické vzpomínce na svět, kterému jsem donedávna rozuměla. Muži v něm byli ti důležití, ženy v něm „samozřejmě“ rodily děti, státy byly silnější než technologické firmy, počasi se nechovalo jako střelené a homosexuálové neuzavírali sňatky. Svět byl bipolární, v něm soupeřily Rusko a Amerika, každý tomu rozuměl a věděl, na čí je straně. Dnes je svět multipolární, sil je mnoho, ženské jsou armádními důstojnicemi a řídí bez problémů státy, homosexuálové jsou lidé s jasně definovanými právy a jsou úplně stejně chytrí a hloupí, hodní a zlí jako my, a vy musíte ztraceně namáhat mozkovnu, abyste se dozvěděli, jak to vlastně se světem opravdu vypadá. Nejistota je to jediné, na co se dnes můžete spolehnout. Tohle každý nevydýchá.

Pokud tuhle knihu jednou budou číst Kanaďané, Američané, Britové, Francouzi, prostě „ti velcí“ – možná snáz pochopí, co se jim přihodilo. My, malý středoevrop-

ský národ mírumilovných zahrádkářů a chovatelů slepic a králíků, jsme se díky ruské propagandě proměnili v panikařící šílence, kteří si budou kupovat pistole a střílet po všem, co vypadá opáleně a pohybuje se to okolo naší hrušně. Možná kvůli tomu vystoupíme z EU. Možná z NATO. Já nevím. Temné podvědomí masy se dalo do pohybu a nikdo neví, kde se zastaví.

Že se s největší pravděpodobností v panice pozabíjíme mezi sebou, protože naši myslivci každý rok zastřelí víc lidí než teroristé, je nasnadě. Jenže se něco stalo. Byli jsme totiž od roku 2013 proti své vůli prvními pokusnými králíky zapomenuté zbraně. Propagandy.

KAPITOLA PRVNÍ



Jak jsme se stali pokusnými králíky

Tak ráda bych naň zapomenula,
však, běda, ono tíží paměť mou,
jak hříšnou duši vina prokletá.
– WILLIAM SHAKESPEARE, ROMEO A JULIE

Píši tuto knihu v době, kdy lidé zapomněli, jak strašlivou mocí je vybaveno slovo. Že slova a obrázky nejsou nástrojem k šíření faktů, ale především k šíření komplexních emocionálních vjemů. Žijeme v době, kdy stamiliony lidí večer co večer konzumují žánr, kterému se ještě z nostalgických důvodů pořád ještě říká zpravodajství. Jen málokteré médium dnes odolalo pokušení sejít z kamenité cesty faktů a vydat se do země emocí. Moderním evangeliem člověka „osvobozeného“ od víry a zbaveného chudoby se stala zábava. Media is a message, řekl geniální teoretik médií Kanaďan McLuhan a netušil, že si čtyřicet let poté jistí velmi nadaní lidé vezmou jeho

slova k srdci. „Ustavíme se k smrti“, prorokoval Neil Postman, aniž věděl, že se stane apoštolem stratégů, kteří správně pochopili, co tohle zjištění z jeho studií ukrývá za válečný potenciál. Žijeme v době, která objevila spontánní zábavnou rozkoš z tragických zpráv a popřela Sofoklovo: „Nikdo nemá rád posly špatných zpráv.“ Ó ano, my je prostě milujeme! Ještě víc spadlých letadel a mrtvol po atentátech! To mrazení v břiše, které je tak mučivě svíravé, tak uklidňující, že jsme to ještě dnes nebyli my, tak povzbudivé, že se po nudném dnu v práci konečně něco děje!

V době, kdy svět volí prezidenty na základě konzumace falešných, byť velmi, velmi zábavných zpráv. Je to prostě jízda! V době, kdy na počátku deklinace americké demokracie říká Trumpova mluvčí Kellyane Conway lžím „alternativní fakta“. A kdy pravda, ta nenamalovaná šedá šmudla v nezajímavém oblečku, zbavena tržní ratingové hodnoty, přemýšlí nahlas o důvodech své existence.

Byla jsem ve svém životě vždycky shodou okolností ve správný čas na správném místě. Byla jsem u toho, když se v České republice zakládala po pádu komunismu první soukromá komerční televize. Byla jsem u začátku české politické „piárové“ mašinerie. Byla jsem u toho, když se formovaly podmínky pro české vysílací a tiskové zákony v Poslanecké sněmovně v devadesátých letech. A měla jsem to potěšení pracovat na politickém zmrtvýchvstání strany, která vypadla z parlamentu a všichni už jí napsali epitaf.

Po pádu komunistického systému, jenž ritualizovaně lhal a vytvářel umělou realitu, které už nevěřili ani tvůrci, ani konzumenti, vznikl v hlavách lidí prázdný prostor. Všechny ty k uzoufání nudné pseudozprávy o zasedáních ÚV KSČ, sklizni cukrovky a plnění plánu na závodech byly pryč a my chtěli „tu opravdickou západáckou kulturu“. Bohužel nám namísto zpráv z BBC nabídli majitelé televize svlečenou show Tutti frutti, vyprávěnky o sexuálních deviacích z dřevěné budky⁷ a zprávy o likvidaci vosího hnízda v Ploučném. A samozřejmě borec nakonec! Často mne napadalo, jestli je lépe vkusu lidu nadbíhat nabídkou stále pokleslejších stimulů sexu, agrese, voyerství a dojetí, nebo jít proti proudu a zkusit servírovat slušný nepokecaný stůl s vyleštěným příborem. Většina mých kolegů z médií mne přesvědčovala, že to nemá cenu, že lidé jsou v podstatě primitivními pudů řízení prvoci, kteří dostanou, co chtějí. Dodnes se mezi těmito dvěma názory nemohu rozhodnout. Jsem chvíli idealista, chvíli cynik. Tehdejší generální ředitel TV Nova Vladimír Železný mi tehdy řekl: „Dobrá zpráva je jen špatná zpráva. Lidi se chtějí bavit. Vůbec nic jste nepochopila.“ Tím, jakým způsobem pak využíval své moci nad tokem informací, které byly „hlavně zábavné“, ale také voyeurské, děsivé a dojemné, jednou vejde do dějin postkomunistické mediální historie. Jako učenlivý pozorovatel jsem viděla všechny metody moderního sdělování „poselství“, jak informaci balit,

⁷ Pořad TABU na TV Nova.

rozložit, osekát, navonět, vybavit obrazem, titulkem, kontextem, skrytým stanoviskem, vyvážeností protistran... a nemluvím už jen o jedné jediné televizní stanici. I já jsem tyto metody tehdy přijala jako platný systém, se kterým nelze bojovat, kterému se jako marketér můžete jen přizpůsobit. Klaněli jsme se zlatému teletu zábavné, od faktů oproštěné informační manipulace. Krysař písal na písťalku emocí a my šli a šli.

Vztah k informaci jako pouhému **obalu** pro výrobu zábavy se tou dobou po celém světě šířil jako mor. Emoce prodávají, kdo by chtěl vystoupit ze soutěže dobrovolně? Přibývalo novinářů, ochotných porušit další a další řemeslná tabu. Einschaltquoten, reach, sledovanost, čtenost, inzerce, přízeň sponzorů – zlatá horečka. Jenže o zlato (zisky) šlo jen na počátku. Pak se byznys zhroutil. Internet ze dne na den degradoval cenu výroby médií. Začaly zlaté časy nových médií „zadarmo“. A bída novinářiny.

Rčení našich rodičů: Psali to v novinách (a to se za komunistů vědělo, že může jít o pochybný žvást) vystřídala u téže generace jiná mantra. PSALI TO NA INTERNETU.

Pro nás mladší byla Wikipedie pionýrem masového šíření informací, ale pro starší generaci to byl zábavný internetový bulvár, mail na Seznamu a na Novinky.cz.

Svět se otevřel a vtáhl nás všechny. Každý může být sám sobě vzdělavcem, odborníkem! Jak demokratické...? Opravdu?