

Lhaní v politice: psychologie politické lži

Josef Smolík

Abstract

Lying in Politics: the Psychology of Political Lies. *This text deals with the phenomenon of political lies. The political lie in the context of political communication and propaganda is discussed. The text discusses different types of political lies. It also describes selected cases of political lies. The text also addresses the reasons why political lies are used by specific politicians. Finally, the role of the public and ethical principles in politics are discussed.*

Keywords: lying, political communication, political psychology, fact-checking.

Klíčové slová: lhaní, politická komunikace, politická psychologie, fact-checking.

Motto: „Komunikační média mají sklon deformovat více než záměrná lež. Forma a tón jejich žurnalistických stylů může způsobit, že samotný pojem pravdy ztratí význam. Nejnáléhavější a nejdůvěryhodnější fakta podaná tímto způsobem se stanou karikaturou skutečnosti.“

Marshall McLuhan (1955), cit. dle McLuhan (2008)

Úvod

Problematika komunikace dnes patří k teoreticky i aplikačně nejméně frekventovanějším oblastem sociální psychologie, sociolingvistiky, politologie, mezinárodních vztahů, práva, filozofie, ale i bezpečnostních studií (srov. Smolík 2014, Janoušek 2020, Danics, Urban, Dubský 2022, Swartzman 2019).

Komunikace je specifický druh interakce, při které jedna osoba předává vědomě sdělení druhé osobě; jinak řečeno jedná se o proces vzájemného předávání informací v sociálním kontaktu pomocí různých prostředků (Čeňěk, Brešová, Smolík 2013: 117).

Efektivní fungování sociální komunikace v oblasti realizace politiky je v současnosti vysoce aktuální. Každodenní dynamický vývoj politické scény, změny potřeb politických subjektů a objektů, měnící se podoba hodnot a postojů politických aktérů, to vše jednoznačně dokumentuje nezaměnitelnou úlohu sociální komunikace i její specifické podoby – komunikace politické (Erneker 2012: 125).

Současná politická komunikace je proměnlivá a velmi rozmanitá, přičemž v současné politické komunikaci (především u sociálních sítí) se smazávají hranice mezi obsahy politickými a nepolitickými (srov. Macková 2017).

Politici aktéři využívají jazyk na veřejnosti jako nástroj k vykonávání moci nebo jako prostředek legitimizace svého mocenského nároku, a to tím, že formují institucionálně specifické texty a projevy, vedou politické diskuse a vlastní vystoupení prezentují prostřednictvím médií a při všech možných příležitostech využívají pro prezentování svých názorů různé pojmy, argumenty, slogany a apely (Dulebová, Štefančík 2017: 13).

V současnosti byl přijat názor, že dnešní doba je postpravdivá (postfaktická, postrealitická, postmoderní), pojmy jako hoax, fake news, propaganda, dezinformace slyšíme ve veřejném diskursu denně (Nutil 2018, srov. Krejčí 2004, Koziak 2018, Cingerová, Dulebová, Štefančík 2021).

Většinou v kontextu tzv. politické komunikace (Tomandl a kol. 2020). Do popředí se tak dostává rozvolněnost dichotomie pravda/lež. Obecně se diskutuje o poklesu významu pravdy (srov. Koziak 2018: 159). Racionalita ustupuje emocionalitě, přičemž „přední světoví politici zacházejí s pravdou přinejmenším velmi kreativně“ (Tomandl a kol. 2020: 196).

Tento příspěvek diskutuje fenomén politické lži, který je využíván v politické komunikaci a propagandě. Text bude diskutovat rozdílné typy a využití lži, uvedeny budou některé případy lži, které měly vliv na změnu postojů u veřejnosti. Závěrem textu bude diskutována i etická rovina politických lží.

Hlavním cílem tohoto textu bude diskutovat problematiku lhaní u politických představitelů, upozornit na lži, které mohou mít vážné důsledky z hlediska politických procesů. Text bude vycházet z teoretických poznatků politologie, politické psychologie, sociologie a komunikačních a mediálních studií.

Jazyk politiků, politická komunikace

Politika a jazyk jsou vzájemně propojené, bez jazyka nemůže existovat politika. Jazyk je nástrojem politiky, protože pomocí něj vyjadřujeme názory a přesvědčení (viz Štefančík, Hvasta 2019).

Užívané politické (politologické) pojmy mohou být buď deskriptivní a popisovat to, co v politice „je“, nebo normativní a vyjadřovat stanoviska k tomu, co by v politice „mělo být“ neboli co by se mělo politickou činností sledovat. Nadto význam pojmů o politice je předmětem neustálých sporů, přičemž nelze dospět k jejich neutrální nebo všemi přijímané definici (Danicis, Urban, Dubský 2022: 202). Komunikace je důležitým nástrojem a prostředkem utváření politické orientace lidí, jejich politických postojů a hodnotových orientací (srov. Erneker 2012: 126).

Politický jazyk se nejčastěji používá v komunikaci politických subjektů s voliči. Jejich vrchol lze ztotožnit s obdobím volebních kampaní (srov. Dulebová, Štefančík 2017). Politici v roli jednajících aktérů jsou konfrontováni před každým veřejným vystoupením s otázkou, jaké vhodné výrazové prostředky použít, aby co nejpozitivněji zapůsobili na konkrétní publikum (Štefančík, Hvasta 2019).

Členy publika lze rozlišit na ty, kteří informace (politické komunikace) cíleně vyhledávají (*news-seekers*), a mezi ty, kteří se jim naopak vyhýbají (*news-avoiders*), a to napříč různými mediálními platformami (viz Macková 2017: 34).

Jazyk politiků a před veřejností vystupujících profesionálů může být buďto afiliativní, nebo hostilní. Afiliativní rétorika vyvolává v ovlivňovaných skupinách diváků, posluchačů a čtenářů pocity přátelství, navozuje dojem (ostatně často zcela mylný a iluzorní) spojenectví nebo přinejmenším sympatií a blízkosti. Zvyšuje důvěru v mluvčího, a to i tehdy, kdy mluvčí nemá pravdu. Hostilní rétorika (výpady, ostouzení, kritika) navozuje nedůvěru, podezřívavost a ostražitost, strach, pocity nepřátelství až zášti, navozuje dojem, že objekt, jenž se stal předmětem rétorického popisu (stát, národ, politik), je nesympatický, nebezpečný apod. Nesympatickým se snad může stát i sám agresivní mluvčí nebo kritik, a to i tehdy, když mluví pravdu. Používaný jazyk sleduje při propagandě většinou jeden ze dvou hlavních záměrů: a) posílit kohezi ve skupině, k níž my náležíme, b) posílit nepřátelství či zaujatost vůči skupině protivníků (ale také jen např. politických oponentů, rivalů, konkurence, soupeřů) (Vybíral 2009: 140).

Komunikace politiků – jazyk (jazykové prostředky), gesta, styl a způsob argumentace (pravdivost/lhaní) – je také součástí mediálního obrazu politiků, která má vliv na míru jejich oblíbenosti u veřejnosti (Kraus 2013).

Prostřednictvím jazyka politici mobilizují stranické příznivce, přesvědčují nerozhodnuté voliče a verbálně útočí na politické rivaly. Jazykem zprostředkovávají různé obsahy, prezentují osobnost, obhajují politická poselství a zpochybňují názory soupeřů. Jazykem se v politice zprostředkovává pravda, ale také je možné jím manipulovat. Jazykem lze moc získat, vykonávat ji, udržet a kontrolovat ji (Cingerová, Dulebová, Štefančík 2021: 19).

Komunikaci v politické sféře lze označit za určitý typ sociální zručnosti, kterou je potřebné se naučit, získávat, zdokonalovat a inovovat (Erneker 2012: 130). Politická komunikace funguje spíše k přesvědčování a manipulaci než k informování a diskusi (srov. Křeček 2013).

Přesvědčování se odehrává v podobě jazykových prostředků, tj. pomocí informací (srov. Dulebová, Štefančík 2017: 27). V procesu přesvědčování politik usiluje o to, aby konkrétní informace přesvědčila co nejširší okruh recipientů.

V ideálním případě k ovlivňování dochází prostřednictvím přesvědčivé (pravdivé) argumentace s cílem dosáhnout konsensu (Dulebová, Štefančík 2017). Prezentované (komunikované) informace však nemusí být pravdivé. *Lež je odněpaměti součástí politické komunikace a nezbytnou politickou dovedností.*

Zároveň lhaní bývá označováno jako jedna z nejkontroverznějších lidských vlastností, která je ve všech společnostech penalizována (Celse, Chang 2019).

Lhaní se stalo součástí „normálních“ politických vztahů (srov. Vybíral 2003). Stačí připomenout Niccolò Machiavelliho (1469–1527), který ve svém díle *Vladař (Il Principe)* pokládá lhaní za hlavní nástroj politiky (Machiavelli 2012, srov. Kunczik 1995: 287).

Lež a lhaní v politice

Lež či lhaní je specifický typ komunikace (viz Mynaříková 2015). Lhaní lze definovat jako vydávání nepravdy (falešné informace) za pravdu, přičemž se v psychologii rozlišuje lhaní neurotické (účelem je uniknout z nepříjemné situace nebo upoutání pozornosti), psychotické (lhaní je nebezpečné, protože jde o informace nesouvisející s prožívanou realitou) a psychopatické (účelové, které vede k podvodům a k získání výhod) (viz Hartl, Hartlová 2000, El-Zawawy 2017).

Většina definicí lhaní zdůrazňuje *záměr*. Lež můžeme vymezit například jako komunikační výměnu, jejímž cílem je přesvědčit druhého člověka o tom, že to, co si dosud myslel (resp. to, co si právě myslí), není pravda (Vybíral 2003: 16). Záměr je podstatným prvkem, protože nám definuje lež

od omylu, který může být způsoben nedostatkem informací, špatnou pamětí atp. I proto Celse a Chang (2019) odlišují vědomou (záměrnou lež) od neúmyslné (nevědomé).

Lži můžeme rozdělovat na privátní (v rámci rodinných vztahů, např. politik/politička – manželka/manžel – milenka/milenc) a na veřejné, například v rámci politických debat, předvolebních mediálních výstupů, programových tezí atp.

Výzkumy týkající se lhaní v politice se zaměřují na konkrétní politiky, politickou programatiku, nesplnitelné sliby, ale především střety v předvolebních kampaních. Často se poznatky o lhaní konkrétních politiků (např. B. Clintona, D. Trumpa, V. V. Putina, N. Sarkozyho, M. Zemana) snaží jednotliví odborníci analyzovat, komparovat, či tyto lži korigovat (srov. Arceneax, Truex 2022, Celse, Chang 2019).

V souvislosti s jazykem u politiků se zmiňuje i *politická manipulace*, která se výrazně projevuje v prostředí sociálních sítí, televizních diskusí, webových prezentací atp. Média mají významný vliv na sociální realitu, na utváření názorů, postojů, hodnot, přesvědčení atp. (Nutil 2018). Vhodné je uvést postřeh McChesneyho (2009), který konstatoval, že média nám nutně neřeknou, co si myslet, ale řeknou nám, na co myslet a jak na to myslet.

Manipulací se rozumí snaha autora diskurzu přivést adresáta (skupinu adresátů) k názoru, který se obvykle neshoduje (tj. shoduje se jen částečně) s jeho vlastními názory. Cílem manipulace pak je vytvořit předpoklady pro to, aby adresát vykonával činnosti (nebo si alespoň vytvořil dispozice pro vykonávání činností), které autorovi manipulativního diskurzu přinášejí užitek (Kraus 2003: 21).

V souvislosti se lhaním se často diskutuje i téma populismu, kdy tzv. populističtí politici často přesvědčují polopravdami, nepravdivými tvrzeními, zveličováním problémů, zpochybňováním vědeckých poznatků či upřednostňováním tzv. zdravého selského rozumu (blíže viz Štefančík 2022, Smolík 2018). Populističtí vůdci neprojevují v diskusích váhání, slabost a neprosazují kompromisní řešení (srov. Bílková 2019). Zaváhání v diskusí je pro ně větší slabostí než lživá tvrzení.

Lhaní a pravdomluvnost jsou i témata pro politickou psychologii (např. z hlediska důvěryhodnosti a persvazivnosti politiků) (Lukas, Smolík 2008, Konečný 2011).

Obecně psychologové analyzují lhaní a lži z hlediska jednotlivých typů, frekvencí a funkcí, které plní, a to vše s ohledem na genderové, vývojové či kulturní faktory, které je ovlivňují (Vybíral 2003, Mynaříková 2015). Podstatou lži je úmysl (motiv) a vědomí nepravdivosti. Záměrem je uvést publikum v omyl, pozměnit jeho postoje, případně získat politickou podporu (srov. Nutil 2018, Konečný 2011). Existují různé motivy pro užití lži,

nicméně v politické oblasti se jedná o motivy získání politické moci, ekonomických výhod, egoismu či poškození politických protivníků, získání veřejného mínění při rozhodování na úrovni mezinárodní politiky. Dalším motivem může být i vyhnutí se trestu.

Podstatným faktorem je také to, zda je publikum schopno (a ochotno) rozeznat, co se mu předvádí, jako součást jemu známé skutečnosti a ztotožnit se s tím – akceptovat to jako „reálné“ či „pravdivé“ (Jirák, Köpplová 2009). Toto přijetí (zvnitřnění) lživé informace u recipientů může mít vliv na další využívání lživých informací (např. v podobě teorií spiknutí atp.). V záplavě nepřeborného množství internetových zdrojů a narůstajícímu objemu informací (pravdivých) a dezinformací (nepravdivých) je velice obtížné i samotné odhalení pravdy od lži (Kunczik 1995, Tomandl a kol. 2020). Výstižně tento nárůst informací hodnotí Šrol a Čavojová (2022), když používají termín „informační peklo“, které by v případě rozhodování nad určitými problémy (pravda/lež) a s využitím všech relevantních informací vedlo k rozhodovací paralyze.

I proto v případě politických debat politici pracují s informacemi značně selektivně, opírají se o vybraná fakta (statistiky, přesná data, údaje atp.), či prezentují pouze své názory (případně vize, touhy, přání, ideologii).

Někdy do hry vstupují i poměrně rafinované polopravdy, které existují ve třech variantách. Buď je tvrzení napůl pravda a napůl lež. Nebo je tvrzení naprosto pravdivé, jen se pro danou „oběť“ (cílovou skupinu) zamlčí nějaká relevantní informace. Zamlčena informace tvrzení zkreslí, takže můžeme oběť zmanipulovat. Nebo používáme mnohoznačná vyjádření, která si je možné vyložit několika způsoby, a tím někoho obelžeme (viz Jatchenko 2019: 36).

Z hlediska míry pozměnění informace lze lži rozdělit na falzifikace, zkreslení a zatajení informací. Falzifikace jsou úplné lži, při nichž je podávaná informace naprostým opakem pravdy. Zkreslení jsou drobnější odklony od pravdy, které nám pomáhají dosáhnout určitého cíle. Pravdu lze i zatajit, pokud řekneme, že si něco nepamätujeme nebo něco nevíme, i když je tomu naopak (Mynaříková 2015: 18–19). Všechny tři typy lze identifikovat v televizních politických diskusích, kdy jsou jednotliví aktéři konfrontováni se svými politickými oponenty *face to face* v reálném čase. Otázkou vždy zůstává, do jaké míry politici pozměňují informace (fakta) vědomě či v důsledku špatné paměti, případně informace zatajují.

Politici často v průběhu politických kampaní či politických debat „hrají roli“ (srov. Goffman 2018). Podstatu role vystihuje charakteristika, že jde o naplňování očekávání, jež má většina příslušníků daného společenství spojená s chováním v určité pozici, profesi, situaci. Role má dopad na sebe-

pojetí člověka. Prestižní role ho může posilovat (o roli lze opírat své sebevědomí), podřadná role ponížit (Vybíral 2009: 39).

Při televizních debatách se někdy obtížně rozvíjí diskuse, protože politici často jinými slovy opakují svoji základní tezi, která je často nepřesná či přímo lživá (srov. Jatchenko 2019). Motivem pro toto chování je právě rozšíření základní teze, případně pouze sloganu, který je schopen upoutat pozornost voličů.

Využívána je také emocionalita, tj. metoda „nahánění strachu“ (např. zhoršení ekonomické či bezpečnostní situace), kdy jev první fázi vyvolán u příjemců buď (vytvořený či znásobený) strach, obavy či pocit viny, aby následně za příslib odebrání těchto negativních emocí získal politiku podporu (srov. Vybíral 2003). V psychologii je často diskutována i otázka, proč politika přitahuje jedince s psychopatickými rysy a způsoby chování (v kontextu lhaní, ale i deficitu empatie) (srov. Vybíral 2017)

Lhaní v politice se objevuje na organizační (například v jednotlivých politických stranách, hnutích atp.), komunální (například v zastupitelstvech jednotlivých obcí), regionální (například na úrovni krajů), národní i mezinárodní (globální) úrovni. Samozřejmě, že některé lži na globální úrovni mohou být fatální, a více ohrožující konkrétní společnosti než na úrovni lokální.

V souvislosti s politikou jsou stále intenzivněji diskutována nová média (především sociální sítě) (srov. Macková 2017). V českém prostředí je poměrně velké množství případů, kdy politici sdíleli lživé informace (fake news) na svých profilech v prostředí sociálních sítí. Často tyto případy byly kritizovány a analyzovány. Internet je pro politické strany a kandidáty stále důležitějším nástrojem k šíření informací (i dezinformací) a k mobilizaci podporovatelů (Macková 2017). Sociální sítě také umožňují trénovat výroky, slogany, argumentaci, ale i získávat zpětnou vazbu (Macková 2017).

V rámci sociálních sítí se jedná o *interaktivní publikum*, které je charakteristické tím, že reaguje na mediální obsahy, tedy i lež (srov. Jiráček, Köpplová 2009).

Usvědčení ze lži

Komunikace v politice je *nevratná*, protože to, co bylo řečeno a vnímáno, prakticky nelze úplně vymazat nebo úplně negovat. Je možné obsah a vliv takového sdělení oslabovat nebo formálně odvolat, ale účinky, které takové sdělení vyvolalo, už zůstávají. Dokonce výroky typu „já jsem to myslel jinak“ mohou mít bumerangový efekt – budou působit kontraproduktivně. Nevratnost komunikace funguje pro všechny stejně, ovšem účinky jsou

různorodé podle toho, jaké pozice politické subjekty zauímají. Jinak se projevuje nevratnost komunikace v neformálním rozhovoru (ovšem ani zde není možné uvedený problém podceňovat) a jinak působí ve vyhlášeních, která mají širší, celoplošný význam a dosah, která jsou nahrávána a masmediálně reprodukována (Erneker 2012: 133).

Usvědčit politika ze šíření nepravd není jednoduché. První komplikací je výběr posuzovacího kritéria. I při pečlivé volbě kritéria se zřejmě nevyhne otazníkům nad jednoznačností historické pravdy, nad zaujetím (ideologického) stanoviska, nad validitou nebo (ne)předpojatostí (Vybíral 2003: 103).

Při lhaní jsou zastoupeny v různé míře verbální, nonverbální a paraverbální složky, které se účastní komunikačního procesu, jehož výsledným cílem je oklamání druhé osoby. Verbální komunikace probíhá nejméně po dvou významových liniích. Jednak je to linie tematická – obsahová, to, o čem se mluvím, a dále linie interpretační, jaký výklad – smysl tématu komunikující lidé přikládají. Tyto linie můžeme sledovat u každého sdělování. Janoušek 2020: 221). Právě na základě verbálního sdělení můžeme identifikovat lež, pokud sdělení budeme konfrontovat s příslušnými fakty. Na druhou stranu je vhodné poznamenat, že důkladná analýza (kritické myšlení) vyžaduje určitý čas (srov. Nutil 2018).

Nejenom v zahraničí, ale i v ČR, se některé organizace věnují tzv. fact-checkingu, tj. kontrole pravdivosti u politických vyjádření. Odhalování lži se zaměřuje nejenom na komparaci jednotlivých politiků, ale i na detekci manipulačních technik či dezinformací.

Konkrétní verbální nebo neverbální klíč vedoucí k odhalení lháře nebo konkrétní vlastnosti osobnosti, které by souvisely s dovedností odhalit lež, se zatím nepodařilo přesně definovat, ani určit, zda skutečně existují (Mynaříková 2015). Za pomoci moderních počítačových programů se někteří zahraniční odborníci o lingvistickou klasifikaci a indikátory identifikující lži u politiků snaží (viz El-Zawawy 2017). Na druhou stranu se také někteří politici v minulosti snažili přesvědčit veřejnost o své nevině (typicky B. Clinton) tím, že podstoupili test na tzv. detektoru lži (v ČR se používá výraz polygraf nebo v odborné literatuře fyziodetekční vyšetření, FZD) (viz Vymětal 2002, Šebek 2009).

Pro odhalení lži mohou sehrávat roli i paralingvistické prostředky komunikujícího, např. intonace, hlasitost, barva a výška hlasu, tempo a plynulost řeči, rytmus, frázování či kvalita artikulace. Stejně tak je možné lež rozpoznat pomocí extralingvistických prostředků, např. u gestikulace, mimiky, haptiky atp. Podstatnými ukazateli jsou i výrazy tváře, výraz očí atp. (viz Cingerová, Dulebová, Štefančík 2021, Janoušek 2020, Mynaříková 2015).

Zajímavou složkou komunikace jsou gesta, kterými můžeme nahradit slova (gesto je pak více či méně ustáleným a v jistém společenství rozšířeným symbolem), ale také ilustrujeme řečená, regulujeme si promluvu nebo se pomocí gest adaptujeme na vzniklou situaci (Vybíral 2009).

Jak vidíme u jednotlivých politiků, tak gestikulace je součástí výše zmíněného „hraní role“. I proto se někteří politici chovají nepřírozně, teatrálně, přičemž jejich nepřírozená gestikulace spíše navozuje pocit nejistoty, nepřesvědčivosti, či přímo lži.

Při lhaní či komunikování frází si politici často pomáhají tzv. high power poses (vzprímený postoj, rozmáchlá a nepřírozená gesta), což má sloužit k ujištění se o vlastní aktivitu a dominanci (srov. Jatchenko 2019).

Vysoce motivovaní lháři si dávají velmi záležet na tom, aby jim lež prošla a ostatní jim uvěřili. Uvědomují si důležitost kontroly řeči těla pro zvýšení věrohodnosti svých tvrzení, ale se zvyšující se úrovní motivace mohou kontrolu volných pohybů přehánět. Redukované pohyby celého těla, ale především rukou a paží, vlivem kognitivní náročnosti lhaní způsobují, že vnější projevy chování působí oproti běžným situacím rigidněji (Mynaříková 2015: 67).

Politici se zaměřují (i pod vlivem profesionálů a jejich kurzů vystupování, rétoriky, komunikačních dovedností atp.) na zvládnání sebe prezentace, přesvědčivosti a zvýšení důvěryhodnosti.

Zvláštním fenoménem je tzv. lhaní pod tlakem (například při živě přenášené tiskové konferenci), kdy se jedná o zvlášť závažné situace, které je třeba „vykomunikovat“.

Odborníci radí se po vypuknutí krize vyhnout lžím, protože je velmi pravděpodobné, že se média budou situací do detailu zabývat a podaří se jim lež odhalit, případně je upozorní někdo jiný. Zároveň je konstatováno, že „být usvědčen z účelové lži je většinou horší než přiznat vytýkané pochybení (někdy se hovoří o *dvojitě krizi*, případně *sekundární krizi*). Jako příklad je uváděn Bill Clinton, který čelil impeachmentu nikoliv pro samotnou skutečnost, že snad měl nevhodný sexuální poměr, ale kvůli tomu, že o něm lhal pod přísahou (Tomandl a kol. 2020: 83).

V politickém marketingu a politickém PR je také znám pojem *spin doctoring*, který lze volně vyložit jako účelové překrucování nebo bezohledné prosazování úhlu pohledu. Často se jedná o zamlčování, bagatelizaci či úplné popírání důležitých aspektů věci, které jsou pro organizaci (např. politickou stranu) nepřijemné (Tomandl a kol. 2020). Postupy politické PR a spin doctoringu byly vykresleny v americkém filmu Vrtěti psem (Wag the Dog, 1997), který se stal synonymem pro manipulaci s veřejností ze strany politických elit (Smolík 2014). V souvislosti s argumentací politiků, že „veřejnost zastává určité postoje, názory či požaduje určitá řešení“ se obje-

vil i termín *astroturfing*. Tyto postupy politického marketingu mají navodit dojem, že ve veřejnosti jsou určité konkrétní názory, například preference určitých politických kandidátů (viz Tomandl a kol. 2020: 199).

Astroturfing jako metoda politického marketingu pracuje s fenoménem *paluby vítězů*, přirozenou lidskou touhou být na straně úspěšných a oblíbených, jít s davem, vyhnout se izolaci (Ftorek 2017: 24, Tomandl a kol. 2020: 199). Pokud zkrátka lidé dospějí k závěru, že většina jejich sociální skupiny podporuje konkrétního politika nebo zastává určitý (politický) postoj, mohou mít tendenci svůj vlastní názor potlačit, nevyslovovat, anebo dokonce změnit (Tomandl a kol. 2020: 199).

Nové a obří pole působnosti pro astroturfing se otevřelo s rozvojem sociálních sítí. Některé světové mocnosti prokazatelně využívají loutkové účty k podpoře své politiky na domácí půdě i v zahraničí (fenomén *trollích farm*) (Tomandl a kol. 2020: 200). Právě sociální sítě se stávají i bojištěm tzv. *hybridní války*. Lživá tvrzení sdílená velkým množstvím uživatelů sociálních sítí mohou změnit reálné veřejné mínění. Dochází tak k situaci, kdy je realizováno (de)formování veřejnosti ve prospěch zahraničních aktérů, často se jedná o cílené dezinformační kampaně (srov. Kuczuk 1995, Stojar a kol. 2022). Kunczik (1995: 255) situaci definuje jako tzv. *paradoxní situaci*, kdy nepřítel ví, že se se mu snažíme předat falešné informace.

Jazykové uvozování lživých informací

Lež může být z hlediska jazyka identifikována v řeči tzv. modálními částicemi, což jsou výrazy, které do určité míry vyjadřují pravděpodobnost či možnost. Mezi modální částice v češtině jsou přiřazována například slova *asi*, *snad*, *možná*, *pravděpodobně*, *údajně*, *zřejmě* atd. Všechny jazykové obraty do určité míry vyjadřují pravděpodobnost, že informace je pravdivá či lživá.

Jednou z možností, jak uvozovat lež jsou slovní obraty, které jsou často využívány především v žurnalistice. K těmto slovním obratům patří klišé typu: „podle dostupných informací“, „podle obeznámeného zdroje“, „podle neověřených informací“, „podle expertů“, „podle zahraničních zdrojů“ atp.

Další možností, jak pracovat s nepravdou, je generalizace, kdy při chybném zobecnění, tedy při *argumentum ab exemplo* (argumentace příkladem, případem) se z několika málo reprezentativních příkladů vyvozuje obecné pravidlo (Jatchenko 2019: 170).

Malé české politické lži: pár selektivních případů

V ČR existuje velké množství případů politických lží, které často měly významný vliv na rozhodování voličů u jednotlivých druhů voleb. I z toho důvodu můžeme didakticky rozlišit lži na individuální (týkající se jednotlivých politiků), skupinové (týkající se například politické strany či její programatiky, která obsahuje nepravdy) a strategické, které mají ovlivnit rozhodování voličů.

Jako první příklad individuální lži lze uvést tvrzení prezidenta ČR M. Zemana o existenci článku novináře F. Peroutky v časopisu Přítomnost s názvem „Hitler je gentleman“. Otázkou je, zda to byla úmyslná lež nebo omyl. Pro druhé tvrzení je argumentem i pozdější omluva prezidenta Zemana, nicméně po medializaci případu se začal spor řešit i soudně. Tento případ byl zajímavý mj. z toho důvodu, že se část veřejnosti o prezidentovi vyjadřovala jako o lháři (včetně některých politiků).

Jako druhý případ lze uvést lhaní skupiny politiků ČSSD, který v českém prostředí je označován jako „lánský puč“. V tomto případě se část vedení ČSSD (M. Hašek, M. Chovanec, Z. Škromach ad.) setkala po volbách 2013 s prezidentem M. Zemanem, aby iniciovaly sesazení předsedy ČSSD B. Sobotky. Všichni účastníci před médií konstatovali, že žádná schůzka neproběhla, nicméně se jednalo o účelovou (skupinovou) lež. Schůzku nakonec všichni zúčastnění potvrdili a výrazně tím poškodili reputaci vedení ČSSD.

Česká politická scéna se v minulosti potýkala s formou strategické politické lži. Tento typ lží či dezinformací může ovlivnit rozhodování voličů v posledních momentech pře samotnou volbou. V minulosti to byly kauzy týkající se tzv. Kubiceho zprávy o prorůstání organizovaného zločinu do státní správy před volbami v roce 2006, nebo informace rozšířená na sociálních sítích komunálním politikem S. Bartíkem, který v roce 2017 krátce před prezidentskou volbou rozšířil lež o rakovině (v závěrečném stadiu) prezidenta M. Zemana. Tato lež mohla výrazným způsobem poškodit férovost prezidentských voleb. I tento případ byl řešen soudně.

Lži se však netýkají pouze jednotlivých politiků, ale mohou být soustavnou kampaní. Lež je v těchto případech eufemisticky označována jako soubor „alternativních faktů“, což je téma, které aktuální v kontextu sociálních sítí a tzv. alternativních (dezinformačních) webových stránek (srov. Jatchenko 2019).

Toto téma se stalo v ČR vysoce ožehavou politickou otázkou a vyvolalo řadu diskusí týkající se cenzury. Sdružení CZ.NIC (zřejmě po dohodě s bezpečnostními složkami státu) v únoru 2022 zablokovalo na začátku rusko-ukrajinského konfliktu některé propagandistické (dezinformační)

webové stránky (např. Aeronet.cz, Prvnizpravy.cz, Protiproud.cz atd.). Webové stránky působily jako „alternativní“ informační zdroje, nicméně často podávaly překroucené (jinak sestavené, zamlčující konkrétní obsah atp.) informace založené na pravdivých skutečnostech. Obsah také byl charakteristický případy evidentního, úmyslného či propagandistického lhaní. Zajímavostí je, že i z těchto webových stránek někteří politici přebírají určitá tvrzení či argumentační styl. Jak vyplynulo z jiných analýz, tak některá česká on-line média se systematicky věnují šíření lží, dezinformací, propagandistickému zpravodajství (s kritikou mezinárodní politiky ČR) a umožňují prostor pro diskuse, které se týkají nejrůznějších teorií spiknutí (blíže viz Smolík, Ďorđević 2020, Šrol, Čavojová 2022). Na druhou stranu nelze proti lžím bojovat pouhou cenzurou. Jak upozorňuje Bubák (2022: 75), tak *„základem fungující demokracie je volný tok myšlenek, nezbytný pro veřejnou diskusi a demokratickou volbu“*. Téma regulace a cenzury sociálních médií, včetně pozitiv i negativ případných zásahů, tak bude v nejbližším období velkou výzvou nejenom pro státy, ale i pro poskytovatele těchto komunikačních platforem.

Diskuse

DePaulo a kol. (1996) zjistili, že přibližně 30 % lidské interakce (komunikace) obsahuje lživá tvrzení, přičemž se často diskutuje i problematika populismu a možnosti fact-checkingu (odhalování lží) (srov. El-Zawawy 2017). Samozřejmě, že každé tvrzení či politický projev lze podrobit zkoumání, analyzovat jej, případně odhalit lež (Mynaříková 2015).

Na druhou stranu je vhodné zmínit realistický pohled na lži v politice, protože jen velice naivní jedinec by předpokládal, že politici nelžou, jsou čestní a jednají pouze v zájmu voličů, resp. prosazují konkrétní politický program. Politici jsou vzorkem celé populace, takže mají i negativní vlastnosti, včetně lhaní. Otázkou je rovněž úroveň morálky, která má být v politické oblasti uplatňována. Mají být politici lepší než „my“, nebo mají horší vlastnosti, ale o to silnější „hroší“ kůži?

Morálka (obecně principy správného chování) politiků je produktem sociálního prostředí, přičemž lze hovořit o sociálně podmíněné relativitě morálky, která je specifická pro jednotlivé společnosti (Lukas, Smolík 2008). Lež, která by v jedné společnosti politika diskvalifikovala a vedla k rezignaci na politické funkce, je v jiné společnosti vnímána jako součást výkonu politické funkce. Lež a politika k sobě neodmyslitelně patří, protože klam a lži jsou prostředky k udržení moci. Nebo je tomu jinak?

Významnou roli hrají i média, která mohou lži politiků interpretovat, omlouvat a banalizovat. Média mají moc vnutit našemu vnímání své vlastní premisy, vytvářet parametry a rámce (McLuhan 2008).

Lži (a přijetí lži) ukazují naši morální nedokonalost (srov. Schwartzman 2019). Morální standardy nejsou dodržovány jak běžnými lidmi, tak i politiky, nicméně právě sdělovací prostředky by měly působit jako političtí strážci etických, ale i právních norem (Krejčí 2004). I proto je vhodné, aby politická lež byla odhalována, kritizována, a aby konkrétní politik byl korigován či penalizován. Rovněž je vhodné, aby se média nepodílela na šíření politických lží. Na druhou stranu je politická realita odlišná od světa ideálů čestnosti, pravdomluvnosti, spravedlnosti atp.

Lež či opakované lhaní může snížit politickou autoritu konkrétního politika (či preference konkrétní politické strany), který se tak pro veřejnost (či případně voliče) může stát nedůvěryhodný. S tím souvisí i nízká důvěra v politiky či jednotlivé instituce (vládu, politické strany, prezidenta atp.). Nejenom české průzkumy veřejného mínění dlouhodobě konstatují, že důvěra v prezidenta a parlament je přibližně třetinová (srov. Červenka 2022, Celse, Chang 2019).

Je zřejmé, že skupina (publikum) ovlivňuje lhaní. Publikum (elektorát), které je shovívavé vůči politickému lhaní, může u politika vyvolat dojem, že se jedná o normální strategii, která nemá vliv na jeho preference (oblíbenost). Dalším faktorem je samotné prostředí, tj. politická sféra (činnost, výkon moci). V tomto prostředí se určitá míra lhaní očekává, veřejnost je srozuměna s tím, že politici často nemluví úplnou pravdu (fabulují, slibují) (srov. Ernerker 2012, Lacko 2019).

Závěr

Nečestnost je jedním z nejzákladnějších a nejběžnějších aspektů našich životů, ale i jedním z nejzávažnějších ohrožení naší ekonomické situace, demokracie a svobody. I proto je potřeba fenomén lhaní v politice studovat a věnovat mu náležitou pozornost (srov. Lacko 2019).

Téma lhaní v politice a detekce těchto lží je svým obsahem i rozsahem široké a je obtížné postihnout veškeré podstatné aspekty, které mohou přispět k jeho pochopení (srov. Mynaříková 2015). Tento příspěvek se pokusil analyzovat vybrané aspekty politických lží a souvisejících procesů (vliv sociálních médií, cenzurních opatření, vliv na politické rozhodování voličů atp.).

Je dobré vědět, že ne vše, co čteme, slyšíme či vidíme, musí být pravda. Toto vědomí je součástí kritického myšlení, kdy víme, že na všechno se dá

dívat z různých stran a že vše se dá interpretovat z různých výchozích názorových pozic (srov. Nutil 2018). Podstatné také je vědět, že lež je často uplatňovaným politickým nástrojem.

Tento text se pokusil přiblížit fenomén politické lži, který byl diskutován z hlediska politické komunikace, propagandy a sociálních sítí. Text diskutoval různé aspekty politických lží, přičemž součástí bylo i několik případů obecně známých politických lží. V samotném závěru byly diskutovány i otázky cenzury a morálky.

Literatura

- ARCEEAUX, K.; TRUEX, R. (2022): Donald Trump and the Lie. *Perspective on Politics*, 1-17 (Cambridge: Cambridge University Press). <https://doi.org/10.1017/S1537592722000901>
- BÍLKOVÁ, V. (2019): Populismus a vláda práva. In: KYSELA, J. a kol.: *Populismus v demokratickém právním státě: hrozba, nebo výzva?* Praha: Leges, s. 156-176.
- BUBÁK, O. (2022): Vyhledky demokracie: uživatelé, poskytovatelé a státy v éře virtuálního prostoru. In: BUBÁK, O.; JOUKL, M.; KASAL, J. (eds.): *Simplicita a skutečnost. Náhledy do svízelného světa bádání a pokroku*. Praha: Společnost pro management a leadership, s. 68-94.
- ČERVENKA, J. (2022): *Důvěra ústavním institucím – květen až červenec 2022 (tisková zpráva)*. Praha: Centrum pro výzkum veřejného mínění.
- CELSE, J.; CHANG, K. (2019): Political lie, so do I. *Psychological Research*, 83(6): 1311-1325. <https://doi.org/10.1007/s00426-017-0954-7>
- CINGEROVÁ, N.; DULEBOVÁ, I.; ŠTEFANČÍK, R. (2021): *Politická lingvistika*. Bratislava: EKONÓM.
- ČENĚK, J.; BREŠOVÁ, J.; SMOLÍK, J. (2013): *Interkulturní psychologie. Současný výzkum a aplikace*. Brno: Mendelova univerzita v Brně.
- DANICS, Š.; URBAN, L.; DUBSKÝ, J. (2022): *Základy sociologie a politologie*. Plzeň: Aleš Čeněk, 5. vydání.
- DePAULO, B. M. et al. (1996): Lying in Everyday Life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(5): 979-995. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.70.5.979>
- EL-ZAWAWY, A. M. (2017): Towards a new linguistic model for detecting political lies. *Russian Journal of Linguistic*, 21(1): 183-202. <https://doi.org/10.22363/2312-9182-2017-21-1-183-202>
- ERNEKER, J. (2012): Komunikace subjektů a objektů politiky. In PÁNA, L.; VALEŠ, L. a kol.: *Sociologie politiky – minulost, současnost, bu-*

- doucnost (k teorii, dějinám a problémům)*. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií, s. 125-134.
- GOFFMAN, E. (2018): *Všichni hrajeme divadlo: sebezprezentace v každodenním životě*. Praha: Portál.
- HARTL, J.; HARTLOVÁ, H. (2000): *Psychologický slovník*. Praha: Portál.
- JANOUSEK, J. (2020): Sociální komunikace. In: VÝROST, J.; SLAMĚNÍK, I. (eds.): *Sociální psychologie*. Praha: Grada Publishing, s. 217-232.
- JATCHENKO, W. (2019): *Manipulativní rétorika. Nejlepší manipulativní triky a techniky*. Praha: Grada Publishing.
- JIRÁK, J.; KÖPPLOVÁ, B. (2009): *Masová média*. Praha: Portál.
- KONEČNÝ, Š. (2011): *Fenomén lhaní v prostředí internetu*. Brno: Masarykova univerzita.
- KOZIAK, T. (2018): Fenomén post-pravdivosti – jeho příčiny a společensko-politické důsledky v kontexte aktuálních zmien informačného prostredia. In: GBÚROVÁ, M. a kol.: *Sekundárny analfabetismus alebo o príčinách a dôsledkoch nízkeho záujmu verejnosti o politiku na Slovensku*. Košice: UPJŠ, s. 157-170.
- KRAUS, J. (2003): Vyjadřování polemičnosti a významových opozic v politickém diskurzu. In: ČMEJRKOVÁ, S.; HOFFRMANNOVÁ, J. (eds.): *Jazyk, média, politika*. Praha: Academia, s. 13-39.
- KREJČÍ, O. (2004): *Politická psychologie*. Praha: Ekopress.
- KŘEČEK, J. (2013): *Politická komunikace. Od res publica po public relations*. Praha: Grada Publishing.
- KUNCZIK, M. (1995): *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum.
- LACKO, D. (2019): *Proč hlupák zůstává hlupákem? A další psychologické fenomény*. Brno: CERM.
- LUKAS, J.; SMOLÍK, J. (2008): *Psychologie vůdcovství. Lídři a uplatňování moci*. Brno: Computer Press.
- McCHESNEY, R. W. (2009): *Problém médií. Jak uvažovat o dnešních médiích*. Všeň: Grimmus.
- MACHIAVELLI, N. (2012): *Vladař*. Praha: Argo.
- MACKOVÁ, A. (2017): *Nová média v politické komunikaci. Politici, občané a online sociální sítě*. Brno: Masarykova univerzita.
- McLUHAN, M. (2008): *Člověk, média a elektronická kultura*. Brno: Jota.
- MYNAŘÍKOVÁ, L. (2015): *Psychologie lži*. Praha: Grada Publishing.
- NUTIL, P. (2018): *Média, lži a příliš rychlý mozek. Průvodce postpravdivým světem*. Praha: Grada Publishing.
- SCHWARTZMAN, M. (2019): Lying as a political wrong. *Law and Philosophy*, 38(5-6): 507-515. <https://doi.org/10.1007/s10982-019-09344-8>

- SMOLÍK, J. (2014): *Úvod do studia mezinárodních vztahů*. Praha: Grada Publishing.
- SMOLÍK, J. (2018): Populismus je...In: ŠTEFANČÍK, R. (ed.): *Jazyk a politika. Na pomezí lingvistiky a politologie III*. Bratislava: EKONÓM, s. 101-116.
- SMOLÍK, J., ĐORĐEVIĆ, V. (2020): Media and Populism in Central Europe: Revisiting the Case of the Czech Republic. *Politické Vedy* (23)4: 65-86. <https://doi.org/10.24040/politickevedy.2020.23.4.65-86>
- STOJAR, R. a kol. (2022): *Bezpečnostní prostředí. Sektorová analýza a implikace pro ozbrojené síly 2021*. Brno: Univerzita obrany.
- ŠEBEK, M. (2009): Detektor je psychologicky účinný. *Psychologie Dnes*, 15(2): 22-23.
- ŠROL, J.; ČAVOJOVÁ, V. (2022): Paradoxy důvery: vedci, populisti a postfaktuální doba. In: BUBÁK, O.; JOUKL, M.; KASAL, J. (eds.): *Simplicita a skutečnost. Náhledy do svízelného světa bádání a pokroku*. Praha: Společnost pro management a leadership, s. 39-66.
- ŠTEFANČÍK, R. (2022): *Radikální populizmus v ére pandémie COVID-19 a vojny na Ukrajině*. Bratislava: EKONÓM.
- ŠTEFANČÍK, R.; DULEBOVÁ, I. (2017): *Jazyk a politika. Jazyk politiky v konfliktní štruktúre spoločnosti*. Bratislava: EKONÓM.
- TOMANDL, J. a kol. (2020): *Krizová komunikace. Principy – zkušenosti – postupy*. Brno: Masarykova univerzita.
- VYBÍRAL, Z. (2003): *Lži, polopravdy a pravda v lidské komunikaci*. Praha: Portál.
- VYBÍRAL, Z. (2009): *Psychologie komunikace*. Praha: Portál.
- VYBÍRAL, Z. (2017): *Co je nového v psychologii*. Praha: Nová beseda.
- VYMĚTAL, Š. (2002): Lze prokázat lež? *Psychologie Dnes*, 8(5): 28-29.

Kontakt:

doc. PhDr. Josef Smolík, Ph.D., MBA, LL.M., MSc.

Ústav sociálních studií
 Fakulta regionálního rozvoje
 a mezinárodních studií
 Mendelova univerzita v Brně
 Česká republika

Department of Social Studies
 Faculty of Regional Development
 and International Studies
 Mendel university in Brno
 Czech Republic

E-mail Address: josef.smolik@mendelu.cz

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5841-8598>