Co se skrývá pod označením dezinformace

Předtím, než se detailněji podíváme, jak dezinformace ve společnosti fungují, si musíme vyjasnit, co se pod tímto pojmem skrývá. V současné době se setkáváme s různými označeními, jako fake news, hoaxy, konspirační teorie nebo propaganda.

Výkladu těchto pojmů se věnuje mnoho vědních oborů a specialistů – jazykovědci, mediální experti, politologové, novináři a řada dalších. V médiích, odborných publikacích nebo z úst expertů slyšíme spoustu definic, ve kterých se často složitě orientujeme, případně je vzájemně zaměňujeme. Pojďme si tedy nejdříve krátce vysvětlit, co znamenají a jak jim rozumět.

Nejčastěji používaným pojmem jsou **dezinformace**. Kdybychom nahlédli do jakéhokoliv výkladového slovníku, dozvíme se, že se jedná o slovo latinského původu a skládá se ze dvou částí – předpony „dis“, která znamená zápor, a „informare“, což je utváření mínění. Na základě této definice je dezinformace nepravdivá nebo zkreslená, úmyslně šířená informace. Jejím cílem je ovlivnit jednotlivce, skupinu lidí nebo celou společnost, často působí na veřejné mínění. Ovlivnění může být jak v negativním, tak i pozitivním duchu.

Jako příklad bychom mohli uvést zprávy o údajném zabití studenta Martina Šmída na Národní třídě 17. listopadu 1989.

Na jedné straně se jednalo o dezinformaci, úmrtí se nakonec nepotvrdilo, ovšem její šíření zdiskreditovalo režim a více aktivizovalo občany k jeho svržení.

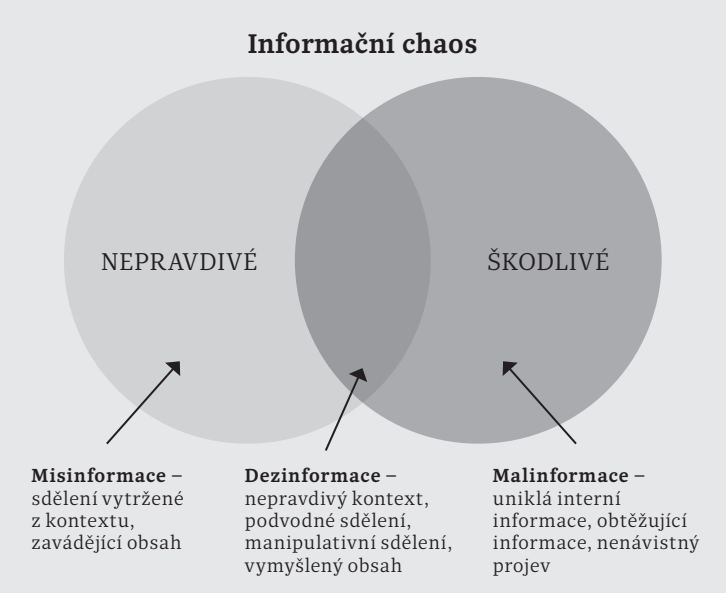
Dezinformace nemusí šířit pouze jednotlivci nebo zájmové skupiny, ale také vlády, zpravodajské služby, případně slouží jako součást informačních operací v rámci ozbrojeného konfliktu. V roce 1941, kdy se velká část americké populace stavěla proti aktivní účasti USA ve válce s Německem, bylo třeba změnit postoje společnosti. Z tohoto důvodu britská tajná služba vyrobila falzifikát mapy Jižní Ameriky, na které bylo znázorněno, jakým způsobem si ji nacistické Německo rozdělí. Mapa vyvolala obavy mezi americkou populací a postupně se začaly měnit její postoje k zapojení USA do války. Na druhé straně v 80. letech 20. století šířila sovětská KGB dezinformace o původu onemocnění AIDS, podle nichž byl virus vyvinut v amerických laboratořích. Článek o tom vyšel v indických novinách a dezinformace se pak šířila dále.

Spolu s pojmem dezinformace úzce souvisí i označení **misinformace,** které se ale používá méně frekventovaně. Jedná se rovněž o nepravdivou informaci, ale rozdíl je v tom, že není šířena se záměrem někoho oklamat nebo ovlivňovat. Ve své podstatě se může jednat o neznalost nebo špatnou interpretaci faktů. Za misinformaci můžeme považovat například vyjádření amerického prezidenta Donalda Trumpa, že před covidem-19 nás ochrání užívání preparátu hydroxychlorochinu, což je antimalarikum. Lék sice tlumil některé příznaky a pár lékařů ho i doporučovalo, nicméně světová zdravotnická organizace WHO ho následně zakázala z důvodu vedlejších účinků, které mohou vést až ke smrti.

Dalším pojmem je **malinformace**, se kterým se v českém prostředí moc nesetkáme. V roce 2017 se o něm zmínili

autoři Claire Wardleová a Hossein Derakhshan ve své zprávě pro Radu Evropy a zařadili ho mezi pojmy dezinformace a misinformace. Malinformace je pravdivá informace, která je ale šířena za účelem někoho poškodit, může jít o únik soukromých informací, které se záměrně dostanou na veřejnost. V praxi se může jednat například o zveřejnění soukromých fotografií politiků nebo celebrit v choulostivých situacích. Cílem malinformace není jenom poškození pověsti či reputace konkrétní osoby, ale také značek, firem nebo i států. Příkladem je válka na Ukrajině, kdy proruská propaganda začala otevírat historická témata, například roli Stepana Bandery nebo volyňský masakr v roce 1943, s úmyslem očernit ukrajinskou prozápadní vládu.

Uvedená vymezení spolu úzce souvisí a jejich význam se často překrývá; v praxi spíše převažuje pojem dezinformace.



Digitalizace, elektronická média a online sociální sítě zpopularizovaly další pojem, kterým je **hoax**. Nejedná se o zcela nové označení, jeho původ najdeme na přelomu 18. a 19. století a bývá spojován především s žurnalistikou. Pod hoaxem si můžeme představit například falešnou zprávu, fámu nebo také poplašnou zprávu, vtip, případně novinářskou kachnu. Podstatou hoaxu je, že obsahuje vyhrocené a velmi emotivní téma. Za účelem důvěryhodnosti je většinou dáván do souvislosti se známou osobou, celebritou, expertem nebo uznávanou autoritou. Cílem hoaxu je doručení emotivní informace a zároveň snaha přesvědčit čtenáře, aby informaci dále sdíleli. Často se projevuje ve formě poplašných řetězových zpráv, které se šíří sociálními sítěmi nebo e-mailem. Jeho podstatou je poutavý titulek tzv. clickbait, který nutí čtenáře, aby na něj kliknul a následně ho přeposlal. Jako příklad můžeme uvést údajnou informaci, že společnost Lidl nabízí bezplatnou kartu k výročí svého vzniku. Odkaz se objevil na facebookových stránkách, lidé nejdříve museli vyplnit krátký profilový dotazník, pak byli vyzváni k šíření a následně po nich byly vyžadovány údaje o platební kartě. Jednalo se o podvrh s cílem vylákat osobní

Příklad hoaxu, který měl za cíl vylákat osobní údaje zákazníků. Zdroj: Facebook