

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií



Diplomová práce

2021

Darja Stomatová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Dezinformace v éře digitální žurnalistiky

Diplomová práce

Autor práce: Bc. et Bc. Darja Stomatová

Studijní program: Žurnalistika

Vedoucí práce: PhDr. Mgr. Bc. Jan Jirků, Ph.D.

Rok obhajoby: 2021

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 27.7.2021

Darja Stomatová

Bibliografický záznam

STOMATOVÁ, Darja. *Dezinformace v éře digitální žurnalistiky*. Praha, 2020. 62 s.
Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut Politologie.
Katedra Politologie. Vedoucí diplomové práce PhDr. Mgr. Bc. Jan Jirků, Ph.D.

Rozsah práce: 111 634

Anotace

Problematika falešných zpráv, které se rychle šíří prostředím webu 2.0, se stala palčivou otázkou demokratického světa. Fenomén online dezinformací se dotýká nejen jedinců, ale také společností. V posledních letech se odborníci snaží zjistit, co mohou dezinformace skutečně způsobit. Zatímco ve Spojených státech se výzkum fenoménu „fake news“ rozmohl po volbách v roce 2016, v České republice se dezinformace v plné míře projeví o dva roky později, kdy voliči rozhodovali o nové hlavě státu. Tato diplomová práce analyzuje charakter falešných zpráv o prezidentských kandidátech, kteří se v roce 2018 utkali v politickém souboji o křeslo prezidenta. Výsledky dotazníkového šetření naznačují, že respondenti některým dezinformacím dodnes věří.

Annotation

The issue of fake news rapidly spreading through the environment of web 2.0 has become the pressing problem of democratic societies around the world. The phenomenon of online disinformation affects not only individuals but also societies. In recent years, experts have been trying to figure out the real outcomes of disinformation. In the US this phenomenon became the key issue after the elections in 2016. The Czech Republic was fully affected two years later during the elections of the new head of state. The diploma thesis analysis fake news about presidential candidates who competed in the political battle for the presidency in 2018. The results of the survey suggest that some disinformation narratives might still be for some respondents believable.

Klíčová slova

dezinformace, falešné zprávy, prezidentské volby, kandidáti na prezidenta, analýza

Keywords

disinformation, fake news, presidential election, presidential candidates, analysis

Title

Disinformation in the era of digital journalism

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala svým rodičům, kteří mne v dlouholetém studiu na Univerzitě Karlově podporovali. Poděkování patří také mým přátelům, jmenovitě Barboře Bílkové a Jánů Schürgerovi, kteří mne inspirovali k dopsání této diplomové práce. Za možnost zveřejnit dotazník potřebný k empirické části diplomové práce, bych chtěla poděkovat Pavlíně Švarcové z online redakce CNN Prima News.

OBSAH

ÚVOD.....	1
1 DEZINFORMACE, MISINFORMACE A MAL-INFORMACE	2
1.1 Co JSOU INFORMACE?.....	2
1.1.1 Dezinformace.....	3
1.1.2 Misinformace.....	5
1.1.3 Mal-informace	6
1.1.4 Dezinformace nebo propaganda?	6
1.2 DEZINFORMACE Z POHLEDU HISTORIE	7
1.2.1 Operace Neptun	7
1.2.2 Operace Infektion	8
1.2.3 Aféra Pizzagate.....	9
1.2.4 Papež (ne)podpořil kandidaturu Donalda Trumpa	9
2 PSEUDOREALITA PODLE D. J. BOORSTINA	11
3 TRANSFORMACE MEDIÁLNÍHO PRŮMYSLU	13
3.1 PROMĚNA TRADIČNÍ ŽURNALISTIKY	13
3.2 FENOMÉN WEBU 2.0 ANEB KDO JE VLASTNĚ PRODUŽIVATEL?	14
3.3 REGULAČNÍ PARADOX	16
4 DOBA (POST)FAKTICKÁ: FAKE NEWS A HOAXY	18
4.1 FAKE NEWS.....	18
4.2 HOAX	20
5 MÉDIA, POLITIKA A EKONOMIKA	21
5.1 ROLE PROFESIONÁLNÍCH NOVINÁŘŮ V DOBĚ DEZINFORMACÍ	21
5.2 DEMOKRATICKÁ SPOLEČNOST V DOBĚ DEZINFORMACÍ.....	22
5.3 EKONOMIKA V DOBĚ DEZINFORMACÍ.....	22
6 MANIPULACE V DOBĚ INTERNETU.....	24
6.1 KDO MANIPULUJE? PROČ MANIPULUJE? JAK MANIPULUJE?	24
6.2 PROČ LIDÉ FAKE NEWS NALETÍ?.....	25
6.3 JAKÉ JSOU DOPADY FAKE NEWS?	26
6.4 JAK SE PROTI FAKE NEWS BRÁNIT?	27
METODOLOGIE	28
PRAKTICKÁ ČÁST	30
7 ANTI-DEZINFORMAČNÍ WEBY	30
7.1 PO PRAVDE.CZ	30
7.2 MANIPULATORI.CZ	31

7.3	HOAX.CZ	31
7.4	DEMAGOG.CZ	32
7.5	PSSI	32
8	DATABÁZE.....	33
9	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	41
9.1	POPIS DOTAZNÍKU.....	41
9.2	VÝSLEDKY DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ	43
9.2.1	Popis výběrového souboru	43
9.2.2	Vystavení dezinformačnímu narativu.....	48
9.2.3	Určení nepravdivosti výroků	49
9.2.4	Určení zdroje falešných zpráv	52
9.2.5	Nedostatky výzkumu	53
	ZÁVĚR.....	54
	SUMMARY	57
	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ A LITERATURY.....	58
	TEZE DIPLOMOVÉ PRÁCE	68
	SEZNAM PŘÍLOH	73
	PŘÍLOHA Č. 1: DOTAZNÍK	73
	SEZNAM TABULEK A GRAFŮ.....	81

ÚVOD

Co jsou „fake news“? Co mají společného s dezinformacemi? Jak internet ovlivnil profesionální žurnalistiku? Jak velký vliv mohou mít dezinformace šířené na internetu na politická rozhodování volících občanů České republiky? To jsou příklady otázek, na které budu hledat odpověď v diplomové práci „Dezinformace v éře digitální žurnalistiky“. Proč je téma dezinformací pro českou demokracii důležité? Za několik měsíců volící Češi budou rozhodovat o novém složení Poslanecké sněmovny. V českém informačním prostředí se už začaly objevovat falešné zprávy, které se snaží podlomit důvěru v některé politické strany. Jako třeba fake news o existenci uprchlického tábora na břehu Vltavy anebo koláž s falešnou citací o tom, že Piráti budou zvyšovat daň z nemovitosti. (Šalounová a Vlčková, 2021) Aktuálním tématem jsou také třeba hoaxy o koronaviru. Průzkum nezávislého ústavu STEM z přelomu letošního ledna a února zjistil, že dezinformacím, mýtům a konspiracím o pandemii nemoci covid-19 v Česku věří 40 % online populace, přitom zhruba 10 % z 1400 respondentů vnímá jako pravdivé také velmi extrémní dezinformace například o tom, že očkování povede ke kontrole populace pomocí mikročipů. (MediaGuru, 2021)

Stěžejním cílem diplomové práce bude prozkoumat a následně analyzovat aktuální problematiku dezinformací, falešných zpráv a hoaxů šířících se v prostředí webu 2.0 a sociálních sítí. Nejprve se pokusím o vymezení klíčových pojmů a zasazení dané problematiky do mediálního, politického a ekonomického kontextu. Zaměřím se také na proměnu tohoto fenoménu v souvislosti s digitalizací společnosti a konvergencí mediální krajiny. Zajímá mne bude problém regulačního paradoxu a vliv fenoménu falešných zpráv na společnost a veřejné mínění. V další části diplomové práce budu dezinformace zkoumat na konkrétním případu. Zaměřím se na falešné zprávy, které kolovaly o prezidentských kandidátech v době před 2. kolem voleb roku 2018. Cílem bude nejen vytvoření databáze dezinformací o Jiřím Drahošovi a Miloši Zemanovi, ale také provedení dotazníkového šetření, které pomůže objasnit výskyt tohoto fenoménu v českém informačním prostředí.

1 Dezinformace, misinformace a mal-informace

1.1 Co jsou informace?

Smyslové orgány přinášejí člověku až 11 milionů informačních bitů za vteřinu, které si následně snaží probjovat cestu do lidského vědomí. Během procesu ale značná část informací zanikne a lidský mozek nakonec za sekundu zpracuje jen asi 50 informačních bitů. (Wilson, 2002) Kdysi člověk přijímal převážně informace o přírodním prostředí, a to proto, aby se vyhnul hrozbám a zůstal naživu. Naopak dnes na člověka ze všech stran působí informace, z nichž naprostou většinu ani nechce, ani nepotřebuje. Přitom se ve společnosti stále více uplatňuje počítač jako nový zdroj informačního potenciálu. (Cejpek; 2007, str. 3) Společnost industriální přešla ke společnosti informační, která se zakládá „na integraci informačních a komunikačních technologií do všech oblastí společenského života“ a to „v takové míře, že zásadně mění společenské vztahy a procesy“. (Jonák, 2003) Podle amerického experta na vzdělávání Marca Prenského se v informační společnosti zabydleli takzvaní „digitální domorodci“ tvořeni generací lidí, kteří se narodili v obklopení počítačů, mobilních telefonů a dalších digitálních technologií; a takzvaní „digitální imigranti“, kteří se s digitálními technologiemi seznámili teprve v dospělém věku. (2001) Studium informací, potažmo dezinformací, si v 21. století zaslouží značnou pozornost. Přestože jsou informace ze své podstaty součástí lidského života, ve společnosti digitálních technologií nekontrolovaný informační proud člověka naprosto pohltil.

Přes důležitost pojmu „informace“ dodnes neexistuje jedna plně vystihující definice. Řada informačních teoretiků se tento pojem, který se nachází v tolika oborech lidské činnosti, snažila a dodnes snaží definovat. Jako jedni z prvních se v polovině 50. let 20. století teorií informací zabývali Claude E. Shannon a Norbert Wiener, přičemž informaci zkoumali z pohledu matematicko-statistické teorie předávání a přenosu zpráv. Podle těchto matematiků můžeme informaci kvantifikovat do podoby bitů signálu přenášeného mezi jedním odesilatelem a jedním příjemcem. (Sluková, 2007, str. 2; Karlova a Fisher, 2013, str. 3) Natasha A. Karlova a Karen E. Fisher tento informační model z hlediska zkoumání dezinformací a misinformací považují za naprosto nedostačující, neboť dezinformace a misinformace podle nich mohou nést více mnohdy simultánních úrovní bitů a signálů; a navíc degradace těchto fenoménů na pouhé „šumy“ popírá informační hodnotu, která je v případě dezinformací a misinformací natolik klíčová. (2013, str. 3) Místo matematicko-statistického přístupu navrhují sociálně konstruktivistický pohled finských autorů, Kimma Tuominena a Reiji Savolainena, kteří informaci považují za jakýsi „komunikační konstrukt

vytvářený v sociálním kontextu“. (1997, str. 89) Budeme-li se řídit tímto přístupem, potom můžeme misinformace a dezinformace označit za informační chování, „které může vzniknout v mezilidském diskurzu, přičemž se skrze tento konverzační akt mohou z misinformací a dezinformací stát informace, které lidé mohou používat ke konstrukci nějaké reality; z tohoto hlediska můžeme misinformace a dezinformace označit za rozšíření informací“. (Karlova a Fisher; 2013, str. 3)

1.1.1 Dezinformace

Slovo „dezinformace“ pochází z ruského „дезинформация“. Generálporučík Ion Mihai Pacepo – exšéf rumunské výzvědné služby Securitate, kterému se roku 1978 podařilo utéct do Spojených států amerických – o dezinformaci komunistů vypráví z vlastní zkušenosti:

„Podle přísně tajných výcvikových příruček o dezinformaci, které kodifikovaly mou minulost, ‚vědecká‘ dezinformace [...] vznikla v Rusku, byla hluboce zakořeněna v ruské půdě a v dějinách této země a drží se tam dodnes. Příručky uváděly, že dezinformace se zrodila v osmnáctém století v Rusku a byla plodem vášnivé lásky Kateřiny Veliké a knížete Grigorije Alexandroviče Potěmkina-Tavričeského, jejího hlavního politického a vojenského poradce. V roce 1787 vzal Potěmkin, tehdy generální guvernér Novoruska (dnešní Ukrajiny), carevnu na cestu po Krymu. [...] Aby carevnu ohromil, nechal Potěmkin podél cesty vystavět kulisy vesnic.“ (Pacepa a Rychlak; 2016, str. 52)

Roku 1923 zástupce ředitele sovětské tajné policie, Státní politické správy (GPU) Jozéf Unszlicht přišel s nápadem vytvořit speciální oddělení, které bude v rámci zpravodajských operací šířit dezinformace. Téhož roku rozhodnutím politbyra vznikl odbor označovaný jako „dezinfbyro“, jehož primárním cílem bylo vytvářet falešné zprávy a dokumenty o situaci v Sovětském svazu. (Mlečin, 2019) Dezinformace roku 1952 definovala Velká sovětská encyklopedie jako „šíření falešných zpráv za účelem uvádět v omyl veřejné mínění“. (Taylor, 2016) Na počátku 50. let 20. století se pojem „desinformation“ poprvé objevil v angličtině. Do 80. let se tento termín používal pouze ve zpravodajské komunitě, neboť byl spojován se zpravodajským řemeslem. Obzvlášť v posledních letech se ale slovo dezinformace dostalo do povědomí veřejnosti ve spojitosti s jeho nadužíváním politiky a

médii po celém světě. (Gregor, Vejvodová a kol.; 2018, str. 10) Zohledníme-li, že se tento termín mezi odborníky dostal relativně nedávno, nepřekvapí nás, že zatím není dostatečně prozkoumán. (Karlova a Fisher; 2013, str. 4)

Oxfordský slovník definuje dezinformaci jako „šíření úmyslně nepravdivých informací, přičemž se jedná primárně o propagandu produkovanou vládní organizací k potlačení moci soupeře či médií“. (Cooke, 2018, str. 6; Nimmo, 2016, str. 1) Na podobnou definici narazíme také ve slovníku Merriam-Webster, který dezinformaci považuje za „úmyslně nepravdivou nebo nepřesnou informaci šířenou záměrně; za snahu někoho přesvědčit o nepravdě podvodnými anebo falešnými výroky“. (Nimmo; 2016, str. 1) Obě definice shrnul americký expert na „fake news“ Ben Nimmo, podle něhož můžeme dezinformaci jednoduše charakterizovat jako „klamnou zprávu“ šířenou se „záměrem uvést někoho v omyl“. Podle Bena Nimma není problematické tento termín definovat, nýbrž rozpoznat dezinformaci v praxi. (tamtéž)

Americký filozof Don Fallis tuto definici dezinformace obohatil o další charakteristické znaky, které můžeme zmínit: 1) dezinformace obvykle bývá považována za vládní anebo vojenskou činnost; 2) autor dezinformačního sdělení dopředu plánuje a technicky připravuje; 3) falešnou zprávu nemusí šířit pouze dezinformátor (např. média nezáměrně šířící klamné informace); 4) dezinformace běžně vzniká formou psanou nebo mluvenou, ačkoliv uznává další možnosti (např. upravování fotografií); 5) dezinformace jsou většinou distribuovány mezi širokou veřejnost, avšak mohou cílit i na konkrétní osoby nebo organizace; 6) a cílit mohou také na stroje (např. konkurenční product placement na webových vyhledávačích). (2009, str. 2-3) Roku 2015 ve své studii „What is desinformation?“ Fallis definoval trojici hlavních znaků dezinformace. Zprvu označil dezinformaci za druh informace, která zobrazuje skutečnost z nějakého úhlu pohledu čili má sémantický obsah. Přičemž informace nemusí být apriori pravdivá nebo nepravdivá. O dezinformaci můžeme mluvit v takovém případě, je-li informace zavádějící neboli příjemce vede ke tvorbě falešného přesvědčení. Za poslední, klíčovou vlastnost dezinformace označil tento americký filozof skutečnost, že dezinformace nikdy není náhodná, nýbrž dopředu úmyslná; v tomto případě nemusíme do dezinformačních sdělení počítat pochybení nebo lehkou satiru. (2015, str. 404-406) Podle Fallise dezinformaci neurčí záměr, ale funkce, proto dezinformaci označil za „klamnou informaci, která má funkci uvést někoho v omyl“. (2015, str. 422) Přičemž v praxi tato drobná termínová změna znamená, že mezi dezinformace můžeme zahrnout i informace, jejichž primárním

záměrem není klamat, ale z klamání systematicky těžit, což můžeme v současné době aplikovat např. na šířitele konspiračních teorií. (2014, str. 623)

1.1.2 Misinformace

Definovat dezinformace není příliš složité, ale pokud se pokusíme odlišit tento termín od dalších podobných (např. od misinformace nebo mal-informace), narazíme na definiční nedostatek. Obecně se těmto termínům na vědecké půdě nedostává tolik pozornosti.

Natasha A. Karlova a Karen E. Fisher ve své studii o dezinformacích a misinformacích argumentují, že většina mediálních teoretiků se v případě misinformací řídí oxfordským slovníkem, který nabízí tuto definici: misinformace jsou „nepravdivé nebo nepřesné informace; primárně takové informace, které mají záměr klamat“. (Karlova a Fisher, 2013, str. 6; Oxford English Dictionary) Při této definici můžeme dezinformace a misinformace lehce zaměnit. Profesor James H. Fetzer ve své studii „Disinformation: the Use of False Information“ (2004) nabídl vlastní rozlišení mezi dezinformací a misinformací. „Zatímco misinformaci můžeme jednoduše definovat jako nepravdivou, mylnou anebo zavádějící informaci; dezinformací míníme úmyslnou, záměrnou nebo účelovou distribuci, tvrzení nebo šíření nepravdivé, mylné nebo zavádějící informace s cílem uvést v omyl, oklamat nebo zmást.“ (2004, str. 1) V roce 2013 v časopise *American Psychologist* vyšla studie kolektivu autorů, která rozlišila dezinformace a misinformace na základě intence. Za dezinformaci označila „informaci, která není správná záměrně“. A naopak misinformaci definovala jako „informaci, která není správná pochybením“. (Lewandowsky a kol., 2013; Nimmo, 2016, str. 1)

Někteří autoři ale misinformaci nepovažují nutně za informaci nesprávnou. Lina Zhou a Dongsong Zhang ve své studii „An Ontology-Supported Misinformation Model: Toward a Digital Misinformation Library“ (2007) označili misinformaci za informaci, která není kompletní. Do tohoto konceptu navíc řadí zatajování informací, ambivalenci, zkreslování nebo například falšování¹. Přesto nekompletní, a dokonce irelevantní informace mohou být „pravdivé, přesné a informativní v závislosti na kontextu“. (Karlova a Lee; 2011, str. 3)

¹ Natasha A. Karlova a Karen E. Fisher upozornily na to, že Lina Zhou a Dongsong Zhang v tomto případě nerozlišují mezi dezinformacemi a misinformacemi. (2013, str. 3)

1.1.3 Mal-informace

Roku 2017 autoři Claire Wardle a Hossein Derakhshan ve své zprávě pro Radu Evropy zařadili mezi dezinformace a misinformace třetí termín, mal-informace. Při definování všech tří konceptů se zaměřili na nepravdivost informace a škodu, kterou může příjemci způsobit. Misinformaci označili za nepravdivou informaci, která ale není šířena proto, aby způsobila někomu škodu. Dezinformaci definovali jako nepravdivou informaci, kterou ale zdroj naopak záměrně šíří proto, aby příjemci způsobil škodu. A nakonec mal-informaci označili (oproti předchozím konceptům) za pravdivou informaci, kterou zdroj (stejně jako v případě dezinformací) šíří se záměrem někoho poškodit (např. soukromé informace, které se záměrně dostanou na veřejnost). (2017, str. 5)

Nadále se budu zabývat pouze termínem dezinformace, neboť podle mého názoru tento koncept nejlépe vystihuje intenci této diplomové práce. Přihlédneme-li k tomu, že budu teorii v praktické části ověřovat na příkladu prezidentských voleb v České republice roku 2018, můžeme předpokládat, že dezinformátor šířil klamnou informaci, jejíž funkcí bylo ovlivnit veřejné mínění o kandidátech. Právě dezinformace navíc patří v mediální teorii k poměrně dobře probádaným termínům, což o dalších konceptech – misinformaci a mal-informaci – zatím prohlásit nemůžeme.

1.1.4 Dezinformace nebo propaganda?

Pojmy jako „dezinformace“, „misinformace“ a nakonec „propaganda“ jsou v mediální teorii definovány a redefinovány v různých kontextech, a z tohoto důvodu může shrnutí těchto konceptů do značné míry působit nekonzistentně. (Bayer a kol.; 2019, str. 27) Navíc se můžeme často setkat se zaměňováním těchto termínů. Poté, co jsme si vysvětlili rozdíl mezi dezinformací, misinformací a mal-informací, zaměříme se teď na propagandu.

Zatímco slovo dezinformace vzniklo v 50. letech 20. století, propaganda byla poprvé užitá v 17. století ve Vatikánu. Papež Řehoř XV. na sílící vliv protestantů a nově objevená území, na nichž se katolická církev snažila šířit katolicismus, reagoval založením Posvátné kongregace pro šíření víry (z lat.: Sacre Congregatio de Propaganda Fide). Původ slova propaganda proto nalezneme v latinském přōpāgāre neboli rozhlašovat, rozšiřovat nebo rozmnožovat. (Gregor, Vejvodová a kol.; 2018, str. 17) V současné době teoretici vedou diskuzi o tom, zda a jak spolu propaganda a dezinformace významově souvisí. Garth S.

Jowell a Victoria O'Donnell se domnívají, že „dezinformací většinou míníme černou propagandu, protože předvádí a používá nepravdivé informace“. (2018, str. 23) Autoři vychází z dělení propagandy na bílou (public relations), která používá relativně věrohodné informace a zpravidla u ní určíme zdroj; šedou propagandu, která se zaměřuje na výběrové zprávy a významové posuny, odhalit zdroj takové propagandy může být složité; a nakonec propagandu černou, často užívanou vládami, armádou a dalšími organizacemi, která se liší používáním dezinformací a lží, přičemž původce propagandistického sdělení prezentuje zdroj jako „vlastní, přátelský“ subjekt. (Ftorek; 2010, str. 49) Pokud budeme vycházet z přístupu Gartha S. Jowella a Victorie O'Donnell, můžeme propagandu vnímat jako širší koncept zaměřený na ovlivňování názorů nebo chování za použití různých nástrojů včetně dezinformací.

1.2 Dezinformace z pohledu historie

„Propaganda se používala ve starověku, nikdy předtím ale neexistovala technologie, která by propagandu dokázala tak účinně šířit,“ napsala ve svém článku „In this age of propaganda, we must defend ourselves“ (2018) novinářka Natalie Nougayrède.

1.2.1 Operace Neptun

Roku 1964 se v Západním Německu blížilo datum promlčení zločinů nacismu. Cílem operace Neptun v Československu bylo posunout promlčení o dalších několik let, veřejnosti připomenout německou nacistickou minulost a zasít nejistotu mezi západní politiky. O to se měl postarat nález nacistických dokumentů na dně šumavského Černého jezera. Nápad se zrodil v hlavě majora nově vzniklého dezinformačního odboru československé StB Ladislava Bittmana, když na dně Čertova jezera v šumavských lesích redaktoři televizního pořadu Zvídavá kamera narazili na čtyři bedny s trhavinami z druhé světové války. V noci 21. června 1964 pracovníci StB na dno Černého jezera umístili čtyři bedny s prázdnými papíry, protože vlastních nepublikovaných materiálů z dob nacismu Československo mělo zoufale málo. Státní bezpečnost se proto obrátila na sovětskou KGB, která přislíbila pomoc. Potápěči narazili na zinscenované dokumenty 3. července. Ministerstvo vnitra o dva týdny později vydalo oficiální tiskovou zprávu o nálezu nacistických písemností na Šumavě, což vyvolalo velký ohlas v domácích i zahraničních

médiích. Dezinformační kampaň StB vrcholila 15. září tiskovou konferencí ministra vnitra Lubomíra Štrougala, který oznámil, že dokumenty dokazují přítomnost bývalých nacistických pohlavárů a sympatizantů nacismu v řadách politiků Západního Německa a Rakouska. Akce splnila své cíle. Promlčení zločinů nacismu se posunulo o pět let. Protinacistické organizace zaměřené na stíhání válečných zločinů se chopily dokumentů, které se použily na kompromitování západoněmeckých, rakouských či italských politiků. Řada z nich následně ukončila politickou kariéru, někteří dokonce spáchali sebevraždu. Pozadí dezinformační operace Neptun v 70. letech odhalil Ladislav Bittman. (Gregor, Vejvodová a kol.; 2018, str. 12-13)

1.2.2 Operace Infektion

V moskevské centrále sovětské tajné rozvědky KGB se na počátku 80. let zrodil nápad připisat Američanům umělý vznik viru HIV, o jehož původu se v této době moc nevědělo. Dne 17. července 1983 indický týdeník Patriot, který financovala sovětská KGB, otiskl anonymní dopis zaslaný „uznávaným americkým vědcem a antropologem“ z New Yorku pod titulkem „AIDS může zachvátit Indii. Podivná nemoc výsledkem amerických pokusů“. Podle autora dopisu AIDS vznikl v laboratořích Fort Detricku v Marylandu při pokusu Pentagonu vyvinout smrtelnou biologickou zbraň. Obsah článku poté připomněla sovětská vládní agentura TASS, roku 1985 i sovětské noviny Literaturnaya Gazeta. Sovětský svaz se snažil prosadit tvrzení o vytvoření HIV Američany v zemích sovětského východního bloku, což se následně za pomoci východoněmeckého biofyzika profesora Jakoba Segala podařilo. V NDR vznikla brožura, která odmítla vznik AIDS v Africe a podpořila lži o laboratoři v americkém Fort Detricku. Čtyři pracovníci rozvědky NDR a dvacet důstojníků KGB následně rozšířili tento pamflet mezi delegáty 8. konference neangažovaných států v Harare v Zimbabwe, která se konala roku 1986. Dezinformace pronikla do Afriky, Asie a Jižní Ameriky, přičemž byla otištěna v britských listech Sunday Express nebo například v Daily Telegraph. (Pacner, 2016; Gregor, Vejvodová a kol.; 2018, str. 13-14) Podíváme-li se na průzkum veřejného mínění, můžeme říci, že sovětská dezinformace skončila úspěchem. Roku 1991 věřilo této falešné zprávě 15 % Američanů; roku 2005 v průzkumu amerického think tanku RAND přes 25 % dotázaných Afroameričanů prozradilo, že věří vzniku viru AIDS ve vládní laboratoři, a 15 % se nechalo slyšet, že podle nich jde o cílenou genocidu proti lidem s černou barvou kůže. Dezinformace se usadila v myšlení

lidí, přestože západní i východní vědci včetně prezidenta Sovětské akademie lékařských věd Valentina Pokrokovského došli k závěru, že vir AIDS se vyvinul přírodním způsobem. (Gregor, Vejvodová a kol.; 2018, str. 14)

1.2.3 Aféra Pizzagate

Prezidentské předvolební kampaně republikána Donalda Trumpa a demokratky Hillary Clintonové ve Spojených státech amerických roku 2016 poznamenalo šíření dezinformací. Na sociálních sítích Facebook, Twitter nebo 4chan se rozšířila konspirační teorie, že se prezidentská kandidátka Hillary Clintonová podílí na zneužívání dětí a také účastní rituálů satanistů. Na přelomu října a listopadu měla tato dezinformace na internetu statisíce sdílení a komentářů. Nezisková mediální společnost WikiLeaks zanedlouho publikovala uniklou e-mailovou komunikaci šéfa kampaně Hillary Clintonové Johna Podesty. Uživatelé 4chan konkrétně zaujala komunikace mezi Johnem Podestou a majitelem restaurace Comet Ping Pong, která se týkala plánované fundraisingové události. Podle uživatelů tohoto nechvalně proslulého internetového fóra ale komunikace mezi muži dokazovala, že se tato restaurace ve Washingtonu D.C. stala střediskem pro zneužívání dětí. Konspirační teorie, která dostala název Pizzagate aféra, se následně začala vymykat z rukou – majitel restaurace se stal obětí neustálého obtěžování, výhrůžek násilím a dokonce smrtí. Aféra Pizzagate vyvrcholila 4. prosince 2016. Osmadvacetiletý Edgar Maddison Welch do restaurace vtrhnul vyzbrojen pistolí, brokovnicí a poloautomatickou puškou AR-15, aby se osobně přesvědčil, zda jsou informace šířené na sociálních sítích pravdivé. Policie muže následně zadržela, takže se incident nakonec obešel bez krveprolití. Přitom Edgar Maddison Welch nebyl členem ultrapravice a ani nevolil Donalda Trumpa. Americká média o tomto případu informovala velmi zběžně a převážně v kontextu konspirační teorie. Podle kritiků si přitom aféra Pizzagate zasloužila mnohem větší mediální pozornost. (Lewis a Marwick; 2017, str. 55-56)

1.2.4 Papež (ne)podpořil kandidaturu Donalda Trumpa

Studie amerického informačního serveru BuzzFeed, která se zabývá dezinformacemi kolem amerických prezidentských voleb 2016, upozornila na falešnou zprávu, kterou šířil web WTOE 5 News. Příběh pod titulkem „Papež František šokoval svět, vydal prohlášení,

v němž podporuje Donalda Trumpa“ web poprvé publikoval v červenci roku 2016, načež se na podzim dezinformace stala virální. Dezinformaci na Facebooku publikovala stránka Ending the Fed. Podle analýzy BuzzFeed příběh získal 960 000 sdílení, reakcí a komentářů. (Silverman, 2016) Ve skutečnosti se papež František v průběhu kampaně k prezidentským volbám explicitně nevyjadřoval. V reakci na dezinformaci reportérům sdělil, že „o volební kampani neřekl ani slovo“. (Marshall, 2019)

Na předchozích čtyřech dezinformačních aférách jsem chtěla poukázat na důležitost mediálního prostředí, ze kterého vznikají a skrze které se rozšíří do povědomí veřejnosti. Operace NEPTUN a INFECTION působí jako cílené dezinformační kampaně vládní skupiny, která se snaží manipulovat veřejným míněním. V obou případech přitom klíčovou roli prostředníka zastávají mainstreamová média, aniž by tušila, že se podílejí na šíření dezinformací. Naopak aféra Pizzagate a „fake news“ o papežově podpoře Donalda Trumpa primárně vznikly a rozšířily se na sociálních sítích a nemainstreamových webech, které se k této praktice uchylují kvůli zisku z reklamních sdělení. Příběhy ze sociálních platforem mají tendenci šířit se online prostředím virálně, přičemž určit původce a motiv takového dezinformačního sdělení může být složité. „Vzhledem k rostoucímu užívání internetu a všudypřítomnému přístupu k internetové síti, dezinformace pronikají na internet a rozšiřují se skrze online komunikační kanály, což může vést k závažným důsledkům pro individua, organizace anebo pro celou společnost.“ (Zhou a Zhang; 2007, str. 804)

2 Pseudorealita podle D. J. Boorstina

V roce 1979 Václav Havel ve své eseji „Moc bezmocných“ popsal život v totalitním režimu, v němž „totalita jakožto mocenská interpretace skutečnosti je nakonec vždycky podřízena mocenskému zájmu“, ideologie se stále více vzdaluje skutečnosti a postupně se mění „ve svět ‚zdání‘, v pouhý rituál, ve zformalizovaný jazyk, zbavený sémantického kontaktu se skutečností a proměněný v systém rituálních znaků, nahrazujících skutečnost pseudoskutečností“. (1978, str. 5) V divadelní hře „Zahradní slavnost“, která vznikla roku 1963, Václav Havel velmi dobře popsal roli člověka v tomto pseudoskutečném světě. Pro protagonistu Huga Pludka se pseudorealita stává skutečností, používá tento zformalizovaný jazyk zbavený kontaktu se skutečností, spolupodílí se na šíření lži a stává se nakonec také součástí tohoto systému. Hlavními pilíři pseudoskutečného světa jsou proto konformisté. (Popescu; 2012, str. 75)

Zhruba ve stejné době vzniká na druhém konci světa dílo Daniela J. Boorstina „The Image: A Guide to Pseudo-events in America“. Do mediální teorie tento americký autor zavádí pojem „pseudoudálost“, tedy „událost iniciovanou pro média, bez jejichž existence by se nestala“. (1992, str. 9) Pseudoudálost „není spontánní, ale plánovaná nebo předem iniciovaná [...] za účelem medializace (primárním cílem není informování, nýbrž zveřejnění pseudoudálosti); ve vztahu k realitě je pseudoudálost ambivalentní a často se stává sebenaplňujícím proocetvím“. (1992, str. 11-12) Daniel J. Boorstin označil 8 základních vlastností: „(1) pseudoudálosti jsou dramatické [...]; (2) pseudoudálosti jsou snadné na rozšiřování a jsou pronikavější (živější) [...]; (3) pseudoudálosti se mohou opakovat podle přání [...]; (4) vytvoření události stojí peníze [...]; (5) pseudoudálosti jsou více srozumitelné a proto uklidňující [...]; (6) pseudoudálosti jsou více společenské, družné a jsou blízkými svědky [...]; (7) znalost pseudoudálostí se stává zkouškou „informovanosti“ [...]; (8) pseudoudálosti plodí další pseudoudálosti [...]“. (1992, str. 39-40) Pseudoudálosti podle Boorstina nejsou dílem „demagogů nebo podvodníků, konspirátorů nebo zlých úmyslů“, ale „společenské mašinérie“, pro kterou platí nenasytná poptávka po informacích, kterou dokážou naplnit pouze pseudoudálosti, které zaplaví naše vědomí a vytěsní události, které jsou spontánní a skutečné. Vyprodukovaná pseudorealita se v očích příjemce jeví mnohem skutečnější. (1992, str. 36-37) V tomto případě ale nejsou rizikem pseudoudálosti samotné, ale interpretace. Ve 30. letech 20. století americký sociolog William Thomas Isaac přišel s myšlenkou, která vešla ve známost jako tzv. Thomasův teorém. Co znamená? Pokud určitá situace bude lidem definována jako reálná,

stává se reálnou ve svých důsledcích, tzn. lidé „subjektivně vnímaným situacím dávají svůj vlastní význam; interpretují svět tedy nikoliv na základě objektivních měřítek, nýbrž právě jen skrze subjektivní interpretace, které se skutečností nemusí mít nic společného; přesto se ale mohou promítnout do reálného života tím, jak na tyto ‚domnělé‘ situace lidé zareagují, považují-li je v daném okamžiku za skutečné“. (Nutil; 2018, str. 82)

A tak zatímco pseudoskutečnost popisovaná v díle Václava Havla „Moc bezmocných“ se zformovala z ideologie totalitní, pseudoudálost Američana Daniela J. Boorstina vzešla ze svobodné demokratické společnosti. „Použili jsme naše bohatství, naši gramotnost, naše technologie a náš pokrok, abychom vytvořili závěs neskutečnosti, který nás dělí od reality skutečného života.“ (Boorstin; 1992, str. 3) Podle Boorstina jsou pseudoudálosti opozitem propagandy, přestože obě vedou k dezinformacím – zatímco propaganda překrucuje fakta, aby se společnost nedozvěděla pravdu, pseudoudálosti nabízí veřejnosti fakta umělá, která lidé považují za skutečnost. V obou případech ale pseudorealitu v totalitní a demokratické společnosti pohání konformisté, kteří pseudoudálostem propadnou, a nakonec zapomenou, že mívali svobodu volby. Přestože Daniel J. Boorstin dílo „The Image: A Guide to Pseudo-events in America“ publikoval více než třicet let před vznikem sociálních sítí, ve 21. století působí jeho myšlenky jako proroctví, neboť najednou nejsme pouze pasivními posluchači, diváky a čtenáři, ale zároveň se můžeme na formování pseudoreality podílet aktivně.

3 Transformace mediálního průmyslu

Podle dubnové studie německé datové platformy Statista aktivně používá internet 4,57 miliardy světové populace, za aktivní uživatele sociálních sítí se celosvětově pokládá 3,81 miliardy lidí. Globální míra penetrace internetového připojení činí 59 %, přičemž v severní Evropě dokonce můžeme mluvit o rekordních 95 %. Přístup k internetu ale není po celém světě rozložen rovnoměrně, například v Evropě aktivně používá internetové připojení přes 700 milionů, v Asii přes 2 miliardy a v Africe přes 500 milionů lidí. (statista.com) Nové technologie ovlivnily fungování mediálních organizací, redakční rutiny a práci novinářů, podobu mediálního obsahu, ale i pozici mediálního konzumenta. Internet se stal pilířem moderní informační společnosti 21. století.

3.1 Proměna tradiční žurnalistiky

„Vzestup nové technologie obvykle zcela nezatlačí do pozadí stará média, ale přinutí je přizpůsobit se novým tržním podmínkám,“ napsal v publikaci „Úvod do masové komunikace“ britský mediální teoretik Denis McQuail. (1999, str. 196-197) Nové technologie pro tradiční média přináší nové možnosti – vznikl prostor pro online média. Proměnu tradiční žurnalistiky v publikaci „Nové trendy v médiích: online a tištěná média“ shrnul kolektiv autorů z Masarykovy univerzity v Brně. První trend nové podoby tradiční žurnalistiky vidí na úrovni fungování mediálních organizací a redakčních rutin. Projevuje se proměnou struktury výrobního dne novinářů – pro online médium platí okamžitá uzávěrka (tj. rolling deadline); dále dochází také ke slučování funkcí novinářů, kteří kvůli zrychlování práce musí zastávat současně více specializovaných funkcí v mediální organizaci; nakonec může právě kvůli tlaku na rychlost a slučování novinářských funkcí docházet k potenciálnímu poklesu kvality mediálního obsahu. (Čuřík a kol.; 2012, str. 11)

V souvislosti s digitalizací dat a rozvojem možností jejich přenosu se můžeme setkat s dalším trendem, tzv. konvergencí. Novinář a pedagog Václav Moravec v knize „Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR“ konvergenci označil za jeden z hlavních jevů, k nimž v hypermoderní době dochází v mediálním systému. Konvergenci rozlišil následujícím způsobem:

- a) technologická konvergence (propojování uživatelských přístrojů do jednoho);
- b) uživatelská konvergence (změny v konzumaci mediálních obsahů příjemci);

- c) korporátní konvergence (tataž korporace vyvíjí činnost v různých oblastech komunikace a v různých médiích, včetně internetu)
- d) socio-funkcionální konvergence (telekomunikační firmy věnující se podobné činnosti jako mediální organizace);
- e) prostorová konvergence (např. proces globalizace transferu obsahů nejrůznějších forem mediální komunikace);
- f) regulační konvergence (integrace dosud oddělené regulace telekomunikací a audiovizuálních médií, přechod od vertikálního k horizontálnímu regulačnímu řádu). (Moravec; 2016, str. 36-37)

Konvergenci uživatelskou a regulační se pokusím podrobněji rozebrat v následujících kapitolách, protože se dle mého názoru nejvíce vztahují k problematice dezinformací v éře digitální žurnalistiky.

3.2 Fenomén webu 2.0 aneb Kdo je vlastně produživatel?

World Wide Web umožnil snadné šíření informací prostřednictvím internetové sítě, přičemž evoluce webu proběhla ve třech fázích. Roku 1989 britský vědec Tim Berners-Lee v Evropské organizaci pro jaderný výzkum (CERN) předložil koncept zvaný „Information Managment: A Proposal“, v němž představil návrh nového systému pro správu informací, tzv. World Wide Web. (Berners-Lee, 1989) Web 1.0 následně vznikl v roce 1991, přičemž podle průzkumu roku 1996 webovou síť první generace používalo 45 milionů lidí po celém světě. Web 1.0 charakterizovaly internetové portály jako Yahoo nebo The Open Directory Project a statické webové stránky, v nichž měl autor dohled nad HTML kódem. Obsah byl určen pouze ke čtení a reagovat mohli uživatelé pomocí tzv. guestbooks. (Agarwall, 2009) O druhé fázi World Wide Web se poprvé více hovořilo na setkání „Web 2.0 Conference“, které roku 2004 proběhlo v San Franciscu. Američané John L. Battelle a Tim O'Reilly na konferenci předložili myšlenku, že uživatelský obsah může přispívat k vytváření hodnot společnosti. „Svět webu 1.0 se stal také světem, který Dan Gillmor nazývá ‚my, média‘, světem, kde ‚bývalé publikum‘, nejenom pár lidí v zadní místnosti, rozhodují o tom, co je důležité.“ (O'Reilly, 2005) „Web 2.0 značí druhou webovou generaci, kde interoperabilní, na uživatele zaměřené webové aplikace podporují sociální propojení, sdílení informací a mediálních sdělení, uživatelský obsah a spolupráci mezi jednotlivci a organizacemi.“

(Wilson a kol.; 2011, str. 2) Web 2.0 nově klade důraz na komunitu uživatelů, kteří bez technických znalostí mohou sami obsah tvořit a sdílet skrze blogy a sociální sítě, přičemž vzniká Twitter, YouTube, Flickr nebo Facebook. Podle průzkumu měl web v roce 2006 už přes miliardu uživatelů. (Agarwall, 2009) Téhož roku reportér z The New York Times John Markoff poprvé nadhodil vznik třetí webové generace, která by podle expertů mohla být doplněním předchozí generace webu o prvky sémantického webu, umělou inteligenci, trojrozměrnou grafiku anebo „všudypřítomnost“ uživatele díky evoluci mobilních zařízení a rozšíření internetového připojení po celém světě. (Mitra, 2019) Američan Nova Spivack však tvrdí, že web 3.0 značí nikoliv konkrétní technologie, ale časový úsek, tj. třetí dekádu existence World Wide Webu v letech 2010 až 2020. (Spivack, 2007) Nicméně webová evoluce tím zdaleka nekončí, neboť se experti už teď zamýšlejí nad tím, co může lidstvu nabídnout web 4.0 a web 5.0.

Důsledkem interaktivní podoby webu 2.0 se stala interaktivita mezi tvůrci a příjemci mediálních sdělení. V publikaci „Inter/aktivní publikum: Interaktivní média, narativní kontrola a revize dějin publika“ teoretik médií Rob Cover napsal, že „zrod interaktivity jako formy divácké participace není ani nejčerstvějším trendem mediální historie, ani něčím, co narušuje původní synergii mezi autorem, textem a publikem, ale že je setrvalou a kulturně podmíněnou touhou participovat na tvorbě a transformaci textu, touhou, jež byla staršími technologiemi mediální produkce a distribuce efektivně popíraná“. (2007, str. 198) Australský teoretik médií Axel Bruns v souvislosti se smíšením role producenta a uživatele v prostředí webu 2.0 a sociálních sítí zavádí pojem „produsage“, neboli produžívání či produživatelství. „Ve většině prostředí, se kterými se tu setkáváme, jsou uživatelé takřka nezbytně rovněž producenty sdíleného informačního základu bez ohledu na to, zda jsou si této role vědomi – stávají se proto novým, hybridním produserem.“ (Bruns, 2008 cit. dle Moravce; 2016, str. 75) Paradigma produžitelů vymezují následující principy: otevřená participace, komunitní hodnocení (nemůžeme obsah připsat konkrétnímu autorovi, neboť se na tvorbě podílí různí uživatelé); tekutá hierarchie (uspořádání komunity produžitelů není přísně hierarchické); nedokončené artefakty (obsah v produživatelském prostředí se často vyvíjí); společné vlastnictví, individuální odměna (produživatele nemotivuje autorské vlastnictví obsahu, ale například pocit spoluúčasti na vzniku kolektivního díla). (Moravec; 2016, str. 75-76) V prostředí webu 2.0 se stírá nejen rozdíl mezi producentem a konzumentem obsahu, ale i mezi novinářem a uživatelem, neboť „interaktivita a propojení internetu umožnilo všem s fotoaparáty v mobilech, webovými kamerami a dalšími

technickými novinkami stát se současně vysílateli, odběrateli a komentátory v živém zpravodajském koloběhu trvajícím 24 hodin denně, 7 dní v týdnu“ (Stepp; 2008, 10)

3.3 Regulační paradox

Mohou sociální sítě podléhat regulacím? Otázka, která vyvstala ze sporu mezi prezidentem Spojených států amerických a sociální platformou Twitter poté, co americká internetová společnost označila příspěvek Donalda Trumpa o korespondenčním hlasování v listopadových prezidentských volbách za nepřesný. Šéf Bílého domu dne 28. května 2020 podepsal výkonné nařízení, které regulačním úřadům umožní právně stíhat sociální sítě za způsob, kterým regulují nebo mažou nevhodný obsah. (Zurcher, 2020) „Máme v tomto ohledu jinou politiku než Twitter. Pevně věřím, že Facebook by neměl být arbitrem pravdy o všem, co lidé napíší online. Obecně soukromé společnosti, obzvláště vlastníci sociálních platform, by se neměli stavět do této pozice,“ prohlásil v rozhovoru pro americkou televizní stanici Fox News Mark Zuckerberg, spoluzakladatel sociální sítě Facebook. (Smith, 2020) Situace se změnila 6. ledna 2021, kdy skupina podporovatelů Donalda Trumpa vtrhla do amerického Kapitolu. Facebook a Twitter profily exprezidenta pozastavily, což zdůvodnily rizikem, že jeho chování na internetu může podnítit další vlnu násilí. (Conger, Isaac a Frenkel, 2021)

„Regulací se v nejobecnějším smyslu toho slova rozumí působení jednoho systému (regulujícího, řídicího) na jiný systém (regulovaný, řízený) za účelem zachování nebo změny systému řízeného. Regulaci médií proto můžeme chápat jako soubor ideologicky, politicky, ekonomicky nebo eticky motivovaných postupů a prostředků, s jejichž pomocí je ovlivňováno a omezováno působení médií ve společnosti.“ (Moravec; 2016, 153) Externí regulace médií závisí na normativním prostředí konkrétního státu, naopak interní regulace (tj. samoregulace či autoregulace) mohou mediální organizace uplatňovat mezi sebou nebo vůči třetím stranám ve společnosti nebo na trhu. Vznik nových síťových digitálních médií poukázal na neschopnost tzv. vertikálního regulačního modelu, který spočíval v oddělené regulaci sektorů komunikačních a informačních technologií, udržet krok se změnami. Proto se na počátku 21. století začalo uvažovat o vzniku evropského horizontálního regulačního modelu, který obsáhne kompletní elektronickou komunikaci. Roku 2007 Rada Evropské unie a Evropský parlament schválily Směrnici o evropských audiovizuálních službách. Václav Moravec v publikaci „Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních

médií v ČR“ upozornil na regulační paradox, „jehož podstatou je na straně jedné přísnější regulace tradičních audiovizuálních médií (především televize a rozhlasu) a na straně druhé liberálnější přístup k formám novým, jakými jsou například audiovizuální služby na vyžádání“. (2016, 163) Roku 2018 EU schválila revizi směrnice, tzv. Směrnici Evropského parlamentu a Rady (EU) 2018/1880, která nově zařadila do regulace služby platform pro sdílení videonahrávek a služby sociálních médií, rozšířila ochranu nezletilých na nová média, podpořila nezávislost regulačních orgánů nebo například transparentnost vlastnictví sdělovacích prostředků, rozvinula podmínky koregulace a samoregulace médií, zdůraznila důležitost mediální gramotnosti a zřídila Evropskou regulační skupinu pro audiovizuální sdělovací prostředky. (Šenkýř, 2019)

V roce 2020 Evropská komise představila legislativní opatření (tzv. Digital Services Act), které obsahuje závazná pravidla pro regulaci nenávistného a nezákonného obsahu nebo například politické reklamy. O osudu ilegálního obsahu na sociálních sítích v současnosti rozhodují internetové firmy, a to na základě dobrovolně přijatého etického kodexu. Schválí-li tzv. Digital Services Act Rada Evropské unie a Evropský parlament, bude zaznamenávání a mazání ilegálního obsahu pro internetové firmy povinné a právně vynutitelné. Navíc by se regulace nově dotkla menších poskytovatelů internetových služeb nebo cloudových uložišť. (Hendrych, 2020)

4 Doba (post)faktická: fake news a hoaxy

Slovem roku 2016 se v anglofonním prostředí podle oxfordského slovníku stal pojem „post-truth“, neboli „post-pravda“, značící okolnosti, za nichž objektivní fakta mají menší význam na formování veřejného mínění než důraz na emoce a osobní mínění. (Modreanu; 2017, str. 7) Slovo post-pravda zrcadlí náladu v zemích, které si roku 2016 prošly změnou. Británie zaskočila svět odchodem z Evropské unie, za kanálem La Manche silně vzrostla podpora francouzské nacionalistické strany Národní sdružení Marine Le Penové a na opačné straně Atlantského oceánu se konala dosud nevídaná prezidentská volební kampaň korunovaná vítězstvím republikána Donalda Trumpa, přičemž po prvním televizním střetu kandidátů časopis TIME kriticky poznamenal, že šlo o první debatu v moderní éře, v níž se oba politici neshodli na faktech, ale ani na tom, zda na nich vůbec záleží. (Altman, 2016; Llorente, 2017, str. 9) „Někdy se zdá, jako by právě v této době byla lidská přesvědčení ve větší míře utvářena spíše vyhrocenými emocemi a názory než objektivní skutečností. Jako by fakta ztrácela svou váhu a my jsme se ocitli v době, které na nějaké ověřitelné pravdě už nezáleží, kdy se potýkáme s rostoucí nedůvěrou ve fakta nabízená zavedenými institucemi, kdy jsou fakta zejména politiky prostě ignorována, a jak se zdá – valné části občanů to naprosto nevádí. To je důvod, proč se setkáváme s označením současného světa jako post-pravdického, postfaktického, případně postrealistického.“ (Nutil; 2018, str. 15) Právě doba (post)faktická se stala živnou půdou pro vznik a šíření dezinformací, fake news a hoaxů prostřednictvím webu 2.0.

4.1 Fake news²

11. ledna 2017, devět dní před svou inaugurací, Donald Trump na tiskové konferenci označil americkou televizi CNN za „fake news“. „V Trump Tower proběhla skvělá tisková konference. Zúčastnilo se pár FAKE NEWS organizací, ale lidé skutečně pochopili, co se děje,“ následně napsal budoucí šéf Bílého domu na sociální síti Twitter. (Galvin, 2017) Komentáři Donalda Trumpa předcházelo několik roztržek s reportérem CNN v Bílém

² „Fake news“ neboli v překladu z angličtiny „falešná zpráva“ - tento pojem bychom lehce mohli mylně považovat za moderní fenomén vlastní 21. století. Ve skutečnosti se jedno z jeho prvních použití datuje rokem 1925, kdy v americkém časopise *Harper's Magazine* vyšel článek „Fake news and the public“. (Lazer a kol., 2017) Nárůst používání výrazu „fake news“ v 21. století nastal v roce 2016 v souvislosti s volbami prezidenta ve Spojených státech.

domě Jimem Acostou. Během účasti na akci britské studentské unie Oxford Union Acosta poznamenal: „Za nepřítel národa nás pravděpodobně označovat nepřestanou, u jejich voličů to má totiž úspěch, přispívá to ale k utváření bolestivé reality: v Americe není bezpečné říkat pravdu.“ Podle amerického novináře lidé, kteří volí tuto rétoriku, vytvářejí „atmosféru, v níž může být lidem ubližováno, v níž mohou být novináři zabíjeni“. (Mohdin, 2019) Pojmy jako „fake news“ nebo „fake media“ byly po dobu funkčního období zásadní součástí tweetové rétoriky prezidenta Donalda Trumpa. Podle webu Trump Twitter Archive použil šéf Bílého domu tato slovní spojení k 11. říjnu 2020 celkem 918krát. (Trump Twitter Archive, [b.r.]) V tomto pojetí by ale definice „falešné zprávy“ sklouzla k „jakémukoliv prohlášení, kterému nechceme věřit“. (Grzesiak, 2017 cit dle. Pasławska a Popielska-Borys; 2018, str. 136)

Jak se k pojmu „fake news“ staví teoretici? V tomto případě můžeme mluvit o absenci ustálené definice. Jedno z nejširších pojetí nabízí Američan Donald A. Barclay, který „fake news“ považuje za „jakoukoliv záměrně vytvořenou informaci, která se snaží působit důvěryhodně, přestože ve skutečnosti důvěryhodná není“. (2018, str. 30) Naopak berlínský profesor Axel Gelfert ve svém odborném článku „Fake News: A Definition“ „falešnou zprávu“ popisuje jako „úmyslné předkládání (zpravidla) nepravdivých anebo zavádějících zpráv, které jsou s tímto úmyslem vytvářeny“. (2018, str. 108) „Falešná zpráva“ se snaží napodobit zpravodajský obsah, čímž získává větší kredibilitu konzumenta obsahu, u něhož následně dochází ke zmatení, tj. ve své definici Axel Gelfert neuvádí záměr klamat, ale důraz klade na prezentaci falešných informací, které klamat mohou. (tamtéž) A nakonec nalezneme definice, které ukotvují „fake news“ v online prostředí. Například teoretici Lion Gu, Vladimir Kropotov a Fjodor Jaročkin ve svém díle „The Fake News Machine: How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public“ tento pojem definují jako „předkládání a propagaci zpráv prostřednictvím sociálních sítí“, přičemž „jsou šířeny tak, aby vypadaly jako od jiných uživatelů nikoliv jako placená reklama“ a „vytvářeny jsou tak, aby ovlivňovaly nebo manipulovaly názory uživatelů na určité téma s cílem dosáhnout určitého cíle“. (2017, str. 5) Podle Margaret Van Heekeren při práci s pojmem „fake news“ teoretici často volí definici, která se podobá té charakterizující dezinformace – tj. většinou jsou to záměrně vytvořené a publikované nepravdivé informace, které se podobají zprávám a které jsou vytvořené za účelem finančního nebo politického zisku. (2020)

Nalezneme také autory, kteří „fake news“ považují za pojem zastřešující různé formy nepravdivých informací. Třeba autoři Edson C. Tandoc, Zheng Wei Lim a Richard Ling na

základě studia kontextů, v nichž se toto sousloví používá, definovali šest různých kategorií: zpravodajská satira, zpravodajská parodie, fabrikace informací, manipulace s fotografií, PR a inzerce, propaganda. Přitom jednotlivé kategorie, jak zdůrazňují autoři, se liší například záměrem příjemce zprávy klamat nebo mírou, jakou se drží faktů. Co ale mají „společné, je to, jak se falešné zprávy snaží napodobovat zprávy pravdivé – a to třeba tím, jak vypadají jejich webové stránky; stylem, kterým píše články a podobně. Právě tímto se snaží získat určitou legitimitu v očích potenciálního publika“. (2017, str. 147)

Vzhledem k odlišným interpretacím pojmu „fake news“ někteří autoři dávají přednost termínům dezinformace, misinformace nebo mal-informace. Například teoretici Claire Wardle a Hossein Derakhshan (2017) upozornili na přílišnou politizaci tohoto sousloví, které se v rukou některých politiků stalo zbraní proti novinářům. Kromě pejorativního užití kritizují Lance Bennett a Steven Livingston (2018) interpretaci tohoto termínu jakožto politické satiry. Od „fake news“ se upouští také v politice. Třeba Evropská komise se ve své zprávě o dezinformacích z roku 2018 tomuto výrazu záměrně vyhýbala, protože podle autorů textu dostatečně neodráží složitost této problematiky. (Van Heekeren, 2020)

4.2 Hoax

Vzestup elektronických médií a sociálních sítí způsobil popularizaci dalšího pojmu – tzv. hoaxu. Anglický jazykovědec Robert Nares na přelomu 18. a 19. století vyvodil původ tohoto výrazu ze staršího slova hocus neboli „trik“. V širším pojetí můžeme mezi hoaxy zahrnout falešnou zprávu, fámou, mystifikaci, poplašnou zprávu, novinářskou kachnu nebo třeba žert. Novinář a zakladatel webu Manipulátoři.cz Petr Nutil ve své knize „Média, lži a příliš rychlý mozek“ uvádí několik znaků charakteristických pro tento výraz, které zohledňují jeho podstatu, tj. přitáhnout čtenářovu pozornost a manipulovat k dalšímu šíření poplašné zprávy. Hoaxy obsahují vyhrocené, lákavé, emotivní téma; neodolatelný titulek; odkazové návnady (tzv. click-bait), jejichž cílem je zvýšit finanční příjem z online reklamy; často využívají princip autority – odkazují se na záštitu známými osobnostmi nebo třeba experty; a nakonec vyzývají čtenáře, aby zprávu šířili. (2018, str. 136-140) O hoaxech se také často mluví v souvislosti s poplašnými řetězovými zprávami, které se šíří sociálními sítěmi nebo e-mailem. (Gregor, Vejvodová a kol.; 2018, str. 45)

5 Média, politika a ekonomika

5.1 Role profesionálních novinářů v době dezinformací

V posledních letech mainstreamová média zaznamenala pokles důvěry veřejnosti. (Newman, Fletcher a kol., 2018) Na tento celosvětový fenomén ve zprávě za rok 2019 upozornil Institut agentury Reuters. „Český mediální trh zažil další koncentraci vlastnictví s přesunem kontroly směrem k domácím magnátům, kteří expandovali také do zahraničí. České digitální platformy zvyšují produkci původního obsahu, zatímco narůstají obavy z politické nezávislosti médií veřejné služby,” tak to vysvětlil expert na mediální studia a politickou komunikaci Václav Štětka. (Newman, Fletcher a kol.; 2019, str. 78) Data odborníků z Institutu agentury Reuters za loňský rok ukázala další změnu, a to kvůli pandemii nemoci covid-19. „Tendence k poklesu důvěry v média zaznamenaná v minulých letech se v *České republice* [pozn. autora] pozastavila, i když celková čísla jsou stále poměrně nízká. Za důvěryhodná jsou většinou považována veřejnoprávní a regionální média, za nejméně důvěryhodná bulvár a komerční televizní stanice.“ (Newman, Fletcher a kol.; 2020, str. 67) Podle průzkumu z roku 2020 médiím v Česku věří 33 % dotázaných obyvatel. (tamtéž) Ve své studii američtí teoretici K. Ognyanova, D. Lazer, R. E. Robertson a Ch. Wilson dokonce našli korelaci mezi poklesem důvěry v profesionální média a vystavením Američanů dezinformacím, neboť se „původci dezinformací často zaměřují právě na mediální organizace, které viní ze zaujatosti a nekompetentnosti. Navíc senzační a vymyšlené příběhy, které napodobují formát žurnalistiky, mohou poškodit důvěryhodnost obsahu zpráv těchto médií.“ (2020, str. 4) Na průzkumu provedeném v období kolem voleb do amerického Kongresu v roce 2018 autoři zjistili, že účastníci vystavení dezinformacím vykazovali 5% pokles důvěry v seriózní média. (tamtéž) Tato média navíc mohou sehrát klíčovou roli v samotném šíření dezinformací mezi populaci. S touto tezí ve svém odborném článku „Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: literature review and synthesis“ přichází teoretici Y. Tsfati, H. G. Boomgaarden, J. Strömbäck, R. Vliegenthart, A. Damstra a E. Lindgren. Podle nich dosavadní výzkumy ukazují, že i když mají dezinformace zpravidla malý dosah, má o nich poněť velká část populace. To je podle autorů způsobené tím, že se lidé o fake news dozvídají ze seriózních médií, která se zpravidla před těmito falešnými zprávami snaží veřejnost varovat. (2020, str. 168)

5.2 Demokratická společnost v době dezinformací

Jaký dopad mohou mít dezinformace na veřejné mínění? Přesně tuto otázku si v posledních letech kladlo hned několik teoretiků, kteří většinou sledovali konkrétní politickou událost jako třeba ukrajinskou krizi v roce 2014 (viz I. Khaldarova a M. Pantti) nebo prezidentské volby ve Spojených státech (viz H. Allcott a M. Gentzkow). Němečtí autoři F. Zimmerman a M. Kohring se zaměřili na německé parlamentní volby roku 2017. Na základě panelového průzkumu zjistili, že dezinformace přispěly k odklonu voličů od hlavních vládních stran (např. CDU/CSU) ve prospěch pravicových populistů, tj. AfD. Zimmerman a Kohring došli k závěru, že čím méně voliči věří tradičním médiím a politickému systému, tím více mají tendenci propadnout dezinformacím šířeným v online prostředí. (2020) Právě to podle nich dokazuje pravdivost teorie W. L. Bennetta a S. Livingstona o tzv. dezinformačním řádu, podle kterého původci fake news vytvářejí „alternativní informační systémy, které blokují mainstreamová média a poskytují následovníkům emocionálně uspokojivé přesvědčení, kolem něhož se mohou organizovat“. (2018, str. 33) Dezinformační řád se vytváří jako opozice k tradičnímu informačnímu řádu za cílem narušit demokratický systém. (Zimmerman a Kohring, 2020) Jenže, jak poukazují H. Allcott a M. Gentzkow, určit příčinný vztah mezi šířením nepravdivých zpráv a změnou veřejného mínění (příp. politického rozhodování) může být značně problematické. Zatímco určitá příčinnost mezi těmito jevy prokázána byla hned několikrát, doposud není jasné, zda jsou dopady dezinformací natolik silné, aby na události mohly mít rozhodující vliv. (2017)

5.3 Ekonomika v době dezinformací

Kromě politických a společenských důsledků mohou dezinformace ovlivnit také ekonomiku, neboť „sociopolitické a ekonomické faktory učinili z fake news atraktivní finanční komoditu pro mladé lidi v některých částech světa. Navíc využívání sociálních sítí jakožto zdroj informací roste a značná část populace nemůže objektivně posoudit obsah a zdroje zpráv na sociálních sítích.“ (Kshetri a Voas; 2017, str. 9) Jako příklad můžeme uvést práci studentů z města Veles v Severní Makedonii, kteří v období před americkými prezidentskými volbami roku 2016 vytvořili přes 140 dezinformačních serverů šířících falešné zprávy o tehdejších prezidentských kandidátech. A důvod? Finanční výdělek. (Silverman a Alexander, 2016) Autoři Kshetri a Voas navíc tvrdí, že za nárůstem fake

news stojí nejen jejich levná výroba, ale také ústavně chráněná svoboda slova. „Například ve Spojených státech první dodatek brání orgánům zasahovat do svobody projevu. Jiné západní země mají podobnou ochranu. Znamená to, že uživatelé sociálních sítí mají svobodu slova, tj. mohou vyjadřovat a publikovat své názory prakticky volně.“ (2017, str. 10) Podle M. Heista jsou dezinformace výsledkem současné krize mainstreamových médií zapříčiněné poklesem důvěry v profesionální žurnalistiku a nefunkčností obchodních modelů. Fake news proto mohou vznikat nejen z důvodů politických (např. jako propaganda) ale také komerčních (např. kvůli clickbitům, lajkům, zhlédnutím, sdílením). (2018)

6 Manipulace v době internetu

6.1 Kdo manipuluje? Proč manipuluje? Jak manipuluje?

„V dubnu 2017 Tamaře zavolala kamarádka. Řekla: ‚Vím, že nemáš nic na práci. Je tu způsob, jak si jednoduše přivydělat a nemusíš ani vytáhnout paty z domu. Vyznáš se v politice a máš dobrou angličtinu. Nechtěla bys pracovat na zpravodajských serverech?‘ Tamara odpověděla: ‚Jasně, proč ne!‘“ (Oxenham, 2019) Je to úryvek z rozhovoru novinářky BBC Simony Oxenham se ženou, která byla součástí již zmíněné makedonské skupiny podílející se na výrobě dezinformačních webů v období před prezidentskými volbami ve Spojených státech roku 2016. Továrny na veřejné mínění, tj. trollí farmy jsou fenoménem posledních několika let. „Organizované skupiny internetových trollů, které se snaží zasahovat do politických názorů a rozhodování,“ (Walker, 2017) se staly například významnou součástí ruské hybridní války. Během ukrajinské krize roku 2014 Kreml používal armádu trollů, kteří na webové stránky internetových médií na Ukrajině psali proruské komentáře, aby oslabili podporu protiruských kampaní. (Gerber a Zavisca, 2016) O budoucnosti trollích farem polemizuje T. DiLascio-Martinuk: „Technologie používané ke generování falešných zpráv se rychle vyvíjejí. IT experti pracují s počítačovými algoritmy, které generují fotky, audio a video nahrávky lidí, kteří buď neexistují, nebo se snaží napodobit pohyby a řeč skutečných lidí. Se zlepšováním těchto technologií bude stále těžší ověřit jejich skutečnost.“ (2017, str. 1)

V českém informačním prostředí se v souvislosti s dezinformacemi často setkáme s tzv. dezinformačními webovými stránkami, které napodobují vzhled běžných platforem a kopírují jejich zpravodajské formáty. (Bennett a Livingston; 2018, str. 125) Cílem textů na dezinformačních webech je vyvolat emoce, např. strach nebo nenávisť. Motivací pro existenci dezinformačních webů ale není jen ovlivňování veřejného mínění, nýbrž také komerční zisk např. z prodeje reklamy a finanční podpory žádané na provoz tzv. nezávislého zpravodajství. V obou případech se ale dezinformační weby snaží dosáhnout vysoké návštěvnosti, a to jednak za pomoci emotivních titulků nebo aktivního šíření obsahu na sociálních sítích např. skrze účelově založené skupiny nebo falešné profily. (Máca, 2018) S dělením na ideology a byznysmeny souhlasí P. Nutil, který dodává, že se v informačním prostředí kromě trollích farem a dezinformačních webů můžeme setkat s dalšími skupinami dezinformátorů, např. s lidovými tvůrci anebo politickými uskupeními

(tj. extremisti, nacionálně xenofobní spolky, proruská nebo protiislámská hnutí). (2018, str. 142).

Jaké manipulativní techniky dezinformátoři běžně používají? Tuto otázku se pokusila zodpovědět studie „Analýza manipulativních technik na vybraných českých serverech“ vyhotovená na Katedře politologie Masarykovy univerzity v Brně. Autoři práce, M. Gregor a P. Vejvodová, došli k závěru, že nejčastější jsou svalování viny, nálepkování, fabulování nebo vyvolávání strachu. (2018, str. 59) Mezi zásady moderního propagandisty P. Nutil zařadil kromě již zmíněného vyvolávání emocí nebo vykonstruování nepřítele také např. zjednodušování, čímž vychází z toho, že znalost příčin, hloubky nebo šířky problému u naprosté většiny lidí bývá malá, žádná nebo zkreslená, tj. „aby bylo zasažené publikum co největší, je potřeba přizpůsobit sdělení nejnižšímu společnému jmenovateli ve skupině, proto musí být propaganda jednoduchá a snadno pochopitelná“. (2018, str. 164-169) Dále P. Nutil mluví o používání správného jazyka, sloganů, cejchů a klamů, anebo např. šíření informačního chaosu. (tamtéž)

6.2 Proč lidé fake news naletí?

Proč lidé falešným zprávám naletí? Odpověď na tuto otázku musíme hledat v sociální inteligenci. Způsoby, kterými získáváme, zpracováváme, organizujeme a používáme informace, můžeme rozdělit na procesy řízené a procesy automatické. V prvním případě mluvíme o logickém uvažování a plánování; v druhém o intuici, emocích a také o vrozených vzorcích reakcí a chování. (Ludwig, 2013 cit. dle Nutil; 2018, str. 30-31) Roku 2010 neurovědec Antonio Damasio potvrdil ve svém výzkumu teorii, že v rozhodovacím procesu mají emoce před logikou přednost. Tu spíše používáme ke zpětnému zdůvodnění svého rozhodnutí. Právě proto jsou pro člověka emočně podbarvené informace natolik atraktivní. (Gregor, Vejvodová a kol.; 2018, str. 79-80) Svou roli ale mohou sehrát další faktory. „Zároveň máme velkou tendenci vyhledávat informace, které jsou v souladu s tím, co považujeme za pravdivé, tj. spíše vyhledáváme informace, které náš názor potvrzují, než napadají. [...] A nakonec to, v co věříme, ovlivní naše porozumění. Čtenáři stráví více času čtením textu, který je v rozporu s jejich představou, ale zároveň si lépe zapamatují informace, které jsou s jejich pravdou v souladu.“ (Britt, Rouet a kol.; 2019, str. 96) S tímto fenoménem souvisí také tzv. komnata ozvěn. „Pojďme se zamyslet nad tím, jak se dezinformace šíří sociálními sítěmi. Ve chvíli, kdy falešné zprávy sdílí menší počet lidí,

každý z nich bude čelit otázce, jestli jsou pravdivé nebo nepravdivé. Za předpokladu, že nemají možnost informaci ověřit tzv. z první ruky, teoreticky se mohou pokusit ji ověřit jinde, což je ale pracný proces ověřování, který zahrnuje procházení množstvím argumentů a protiargumentů. Mají ale mnohem jednodušší možnost, jak informaci zhodnotit, tj. zeptat se, co si myslí ostatní.“ (Chatfield, 2019) Komnata ozvěn (z angl. echo chamber) popisuje situaci, kdy jedinci mající stejné názory tvoří společnou názorovou skupinu. Myšlenky a přesvědčení členů skupiny se v tomto uzavřeném prostoru odrážejí jako ozvěna, aniž by je někdo napadal, čímž se posilují. Jedinci se tak utvrzují ve vlastních názorech a vyhýbají se skupinám, které zastávají názor odlišný. (Karlsen, Steen-Johnsen a kol.; 2017, str. 258) Sociální sítě komnatu ozvěn zesílily, protože se vytvořily online komunity, kde se podobně smýšlející lidé nejen utvrzují ve svých názorech, ale také je dovádějí k mnohem větším extrémům, aniž by jim mohl někdo oponovat. (Sunstein, 2007 cit. dle Karlsen, Steen-Johnsen a kol.; 2017, str. 259)

6.3 Jaké jsou dopady fake news?

„Na Facebooku se vytvářejí jakési informačně spřízněné tlupy, které proti sobě vystupují se stejnou vášní a nenávisí jako Kubrickovi prapředci ve Vesmírné odyseji, kteří si na úsvitu dějin vzájemně hrozí ohlodanými kostmi. Dnešní média, jak sám název napovídá, jen zprostředkovávají, ale ta okamžitost přijímání a vysílání informací z nás paradoxně vytváří barbary. Chybí nám odstup od sebe samých,“ tak následky internetové doby popisuje sociolog a právník Jiří Přibáň. (2016 cit. dle Nutil; 2018, str. 51) Internet umocnil jev, kterému se přezdívá skupinová polarizace, tedy „když se lidé nacházejí ve skupině stejně smýšlejících osob, je velmi pravděpodobné, že se jejich názory posunou do extrémních poloh“. (Sunstein; 2009, str. 254) „Skupinová polarizace neničí pouze diskuzi, schopnost rozumného kompromisu, rozhodnutí porot nebo soudní verdikty. Má potenciál rozšířit se do celospolečenské debaty, ohrozit demokracii a v nejextrémnějším důsledku taky zabít.“ (Lacko; 2016, str. 6). O polarizaci společnosti mluví odborníci třeba v případě útoku na budovu Kapitolu v americkém Washingtonu DC, kdy se 6. ledna 2021 skupina příznivců Donalda Trumpa pokusila zmařit formální potvrzení volebních výsledků, podle nichž zvítězil jeho demokratický protikandidát Joe Biden. Incidentu předcházely dezinformace o zmanipulování prezidentských voleb, které na internetu šířili

nejen Trumpovi příznivci, ale také on sám. Polarizace americké společnosti následně přispěla k mobilizaci jedinců, kteří vpadli do Kapitolu. (Margolin a Bruggeman, 2021)

6.4 Jak se proti fake news bránit?

Jak se proti fake news bránit? O tom už vzniklo hodně příruček. Například Gregor a Vejvodová zdůrazňují, že „kvalitní zpráva nás nechává, abychom si názor utvořili sami, a dezinformační zpráva nám postoj podsouvá. Obecně se dobře napsaná zpráva pozná podle několika indicií: autor je podepsán, text je věcný a srozumitelný, zdroje jsou dohledatelné. Naproti tomu dezinformace mají autora většinou neznámého, používají neaktuální a nepřesné údaje nebo rovnou falešná data.“ (2018, str. 124-126) S rychlou příručkou také přišel *Jeden svět na školách* od organizace *Člověk v tísni*. Podle autorů by si měl čtenář položit pět otázek: A) KDO: Kdo je autorem nebo tvůrcem sdělení? Jaké informace lze o autorovi nebo tvůrci sdělení dohledat? Kdo má kontrolu nad vznikem nebo šířením sdělení? B) CO: Co je obsahem sdělení? Jsou ve sdělení uvedeny zdroje a jak se dají informace ověřit? Jaké názory nebo hodnoty jsou ve sdělení přítomny? Jaké informace naopak ve sdělení chybí? C) KOMU: Jaké cílové skupině je sdělení určeno? Jakým způsobem se sdělení k příjemci dostává a jak se šíří? Jak může sdělení ovlivnit postoje, názory a chování příjemců? D) JAK: Jak se sdělení snaží upoutat pozornost? Jaký je jazyk a forma sdělení? Jaké emoce se v příjemci snaží sdělení vyvolat? E) PROČ: Proč bylo sdělení vytvořeno? Kdo má ze sdělení užitek nebo prospěch? (tamtéž) V Česku navíc vznikla řada projektů (např. manipulatori.cz, dezinformatori.cz, popravde.cz, demagog.cz nebo hoax.cz), které občanské společnosti pomáhají se proti fake news bránit a pravidelně se snaží na dezinformační zprávy šířící se internetem upozorňovat.

METODOLOGIE

Cílem diplomové práce s názvem „Dezinformace v éře digitální žurnalistiky“ je analýza dezinformací na konkrétním případě prezidentských voleb v České republice roku 2018 se zaměřením na kandidáty, mezi nimiž volící občané vybírali ve druhém kole, tj. na Miloše Zemana a Jiřího Drahoše. V teoretické části jsem poukázala na nejednotnost definic, které se této problematice týkají. Pro účely této práce budu dezinformace vnímat jako prvek falešných zpráv, tj. „fake news“, které definuji jako „záměrně a prokazatelně nepravdivé zprávy, které mohou čtenáře dezinformovat“. (Allcott a Gentzkow, 2017) Tato definice mi pomůže zúžit zkoumanou problematiku a nastavit vodítko k empirickému výzkumu. Vzhledem k tématu analýzy budu sledovat fake news, které se zaměřovaly na Miloše Zemana a Jiřího Drahoše v období od prosince 2017 do února 2018 s tím, že druhé kolo prezidentských voleb se konalo 26. a 27. ledna 2018. Oproti původnímu záměru (viz teze) jsem se rozhodla toto období rozšířit vzhledem k tomu, že bude těžké určit přesné datum, kdy se falešná zpráva objevila na internetu. Dále pak původním cílem bylo vytvořit ucelenou databázi falešných zpráv, které se v daném období o kandidátech šířily po internetu. Vzhledem k množství dezinformací jsem se rozhodla výzkum přehodnotit a zaměřit se na falešné zprávy, na něž poukázaly hlavní české servery zaměřené na vyvracení dezinformací, tj. hoax.cz, demagog.cz, popravde.cz a manipulatori.cz. Pokusím se vytvořit databázi, která bude zahrnovat nejen poznatky těchto serverů, ale součástí budou také dezinformační zprávy z výzkumu Jonáše Syrovátky a Jaroslava Hrocha z Prague Security Studies Institute, kteří ve své studii „České volby v éře dezinformací: Prezidentské volby 2018“ zkoumali dezinformace na českých dezinformačních webech, tj. na AC24, Aeronetu, Parlamentních listech, Protiproudu, Sputniku CZ a facebookové stránce Zprávy.cz (dříve známé také jako WeAreHereAtHome). (2018, str. 1) Na základě posbíraných dat vytvořím přehled hlavních falešných zpráv, kterým byli čtenáři v období před volbami vystaveni. Následně provedu online dotazníkové šetření na vzorku populace. Domnívám se, že zatímco první sekce praktické části této diplomové práce pomůže zanalyzovat podobu dezinformací, dotazníkové šetření mi umožní zmapovat výskyt fake news v českém informačním prostředí. Anonymní dotazníkové šetření bude obsahovat několik okruhů otázek – v prvním okruhu se zaměřím na informativní údaje respondentů (věk, pohlaví, vzdělání); ve druhém okruhu se budu zajímat o politické a mediální preference respondentů a nakonec do dotazníkového šetření zařadím několik příkladů titulků zpráv, které se ve zkoumaném období kolem prezidentských voleb rozšířily. Bude

se jednat o vybrané dezinformace z vytvořené databáze, prokazatelně pravdivé novinové titulky publikované ve stejném časovém období a takzvané placebo titulky, které si sama vymyslím. Podle H. Allcotta a M. Gentzkowa dané placebo zprávy pomohou kontrolovat syndrom falešné paměti u respondentů. (2017) U každého titulku se pak respondentů zeptám na několik otázek, tak abych zjistila, zda respondent/ka titulek v období voleb zahlédl/a, jestli si pamatuje zdroj a jestli zprávu považuje za pravdivou anebo nepravdivou. A nakonec výsledky dotazníkového šetření podrobím interpretaci, přitom jako hlavní vodítko mi poslouží následující výzkumné otázky:

VO1: Jaké falešné zprávy z vytvořené databáze respondenti v období před prezidentskými volbami roku 2018 zaznamenali nejvíce?

VO2: Jaké dezinformace dokázali respondenti nejčastěji správně identifikovat jako nepravdivé?

VO3: Jaký zdroj u zaznamenaných falešných zpráv respondenti uváděli nejčastěji?

PRAKTICKÁ ČÁST

Jako případovou studii pro účely praktické části této diplomové práce jsem zvolila v pořadí druhé přímé prezidentské volby, které v České republice proběhly v lednu 2018. O post prezidenta tehdy usilovalo celkem devět uchazečů. Po prvním kole, které se konalo 12. a 13. ledna, postoupili dva – Miloš Zeman a expředseda Akademie věd Jiří Drahoš. Ve druhém kole 26. a 27. ledna o 152 184 hlasů, tj. 2,74 procentních bodů zvítězil Miloš Zeman. Své funkce se složením prezidentského slibu chopil 8. března. Obě volební kola v porovnání s předchozími volbami provázela relativně vysoká volební účast, tj. v 1. kole volilo 61,92 % oprávněných voličů a ve 2. kole 66,60 % oprávněných voličů. (ČSÚ, 2018) Právě v období před volbami se zejména na sociálních sítích šířily nepravdivé informace o kandidátech.

7 Anti-dezinformační weby

Dezinformace nejsou ryze českým problémem, proto anti-dezinformační weby nalezneme po celém světě. Například rozhlasová stanice Rádio Svobodná Evropa/Rádio Svoboda (RFE/RL) k ověřování faktů spustila webový projekt Polygraph.info, kde si může čtenář jednotlivé globálně šířené dezinformace ověřit. Obdobně působí třeba francouzský projekt Le Décodex deníku Le Monde nebo britský projekt Facts, který primárně slouží pro novináře. Nalezneme také portály, které se zaměřují na ověřování pravdivosti výroků politiků jako například Politifact.com a Factcheck.org, které působí ve Spojených státech. (MediaGuru, 2017) V českém prostředí se na boj proti dezinformacím a na ověřování politických výroků zaměřilo hned několik webů, které si teď můžeme podrobně rozebrat.

7.1 PoPravde.cz

Český projekt popravde.cz založil novinář Petr Nutil v reakci na dezinformace o kandidátovi Jiřím Drahošovi, které se začaly šířit po ohlášení výsledků prvního volebního kola. Cílem projektu, do něhož se zapojili dobrovolníci, bylo vyvracet dezinformace namířené proti tomuto konkrétnímu kandidátovi. „Prvotní motivací byl neuvěřitelný nárůst lživých nebo dezinformačních zpráv, které se objevily okamžitě po vyhlášení výsledků prvního kola. Kampaň byla mimořádně zlá a dehonestující. Rozhodli jsme se alespoň

malým dílem přispět, aby byly dohledatelné skutečně relevantní informace,“ prohlásil Petr Nutil v rozhovoru pro *Hospodářské noviny*. (Dragoun, 2018) V současné době projekt *popravde.cz* spadá pod patronát spolku *manipulatori.cz*.

7.2 Manipulatori.cz

Projekt *manipulatori.cz* založili roku 2015 novinář Petr Nutil a publicista Ondřej Fér. Publicistický web se věnuje oblastem politického marketingu, public relations a komunikačních strategií s přesahem do dalších společenských věd. Hlavní činností serveru se stalo ověřování faktů, tj. vyvracení hoaxů a dalších dezinformací, nepravdivých výroků politiků či omylů v médiích. Jako své heslo autoři projektu na webu uvádějí: „Jsme nezávislí. Věříme, že diskuze není boxerský zápas a že skrývání faktů nemůže přinést nic dobrého. Svá tvrzení nestavíme na domněnkách a předsudcích, ale na ověřitelných a ozdrojovaných faktech. Naším cílem je vytvořit otevřenou neideologickou platformu pro relevantní a faktickou diskuzi.“ (Manipulátoři, [b.r.]) Zapsán je projekt jako spolek, přičemž financován je například ze sbírek přes *darujme.cz*. Web *manipulatori.cz* bývá citován také sdělovacími prostředky včetně veřejnoprávních médií. (tamtéž) Ministerstvo vnitra České republiky zařadilo tento server společně s např. *hoax.cz* a *demagog.cz* mezi instituce odhalování dezinformací. (Ministerstvo vnitra, ©2021) Projekt se navíc podílel na metodickém plánu mediální výchovy pro učitele na základních a středních školách. (Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy; 2019) Zástupci webu rovněž přednášeli na školách v rámci projektu *Jeden svět na školách* neziskové organizace *Člověk v tísni*. (Člověk v tísni, 2019)

7.3 Hoax.cz

Server *hoax.cz* vznikl roku 2000 se zaměřením především na hoaxy, tj. poplašné, nebezpečné řetězové zprávy šířené na internetu. Snaží se varovat uživatele před zprávami, které jsou v rozporu s tzv. netiketou, tj. pravidly chování na síti. Webová databáze také upozorňuje na tzv. phishing, což je druh internetového podvodu, kterým se podvodníci snaží získat přístupové údaje k soukromým účtům internetových uživatelů. Na serveru jsou také informace o podvodných loteriích, malwarech anebo řetězových e-mailech. (Hoax, ©2000-2021)

7.4 Demagog.cz

Projekt demagog.cz založený roku 2012 se inspiroval factcheckingovými weby jako Politifact.com, Factcheck.org a The Washington Post Fact Checker. Vznikl jako česká verze slovenského projektu demagog.sk. Činnost této platformy spočívá v ověřování faktických tvrzení představitelů politické elity a v uvádění nepravdivých a manipulativních výroků, přičemž se zaměřuje na dohledávání primárních zdrojů informací. Demagog.cz je neziskové a dobrovolnické sdružení lidí. Na webu autoři uvádějí, že platforma není spjata s žádným politickým subjektem a ve své činnosti se řídí veřejně dostupnou metodologií s důrazem na standardy žurnalistické práce. Projekt je veden formou spolku. (Demagog, ©2012-2021)

7.5 PSSI

Analýzou dezinformací šířených v českém informačním prostředí se rovněž zabývá nezisková nevládní organizace Prague Security Studies Institute (dále jen „PSSI“) založená v roce 2002. Práce spolku spočívá v posilování osobních svobod jedinců a demokratických institucí v zemích střední a východní Evropy. Navíc se tato organizace věnuje programům vzdělávání v otázkách bezpečnosti. (PSSI, ©2011-2021) Před volbami prezidenta v roce 2018, tj. od začátku prosince 2017 do 26. ledna 2018 teoretici PSSI Jonáš Syrovátka a Jaroslav Hroch v rámci projektu České volby v éře dezinformací sledovali celkem šest dezinformačních platforem – weby Sputnik CZ, Protiproud, Parlamentní listy, Aeronet, AC24 a stránku Zprávy.cz na sociální síti Facebook. Zmínku o některém z kandidátů našli ve sledovaném období v celkem 1352 textech, z nichž 958 se soustředilo na dění kolem voleb. V lednu volební téma podle autorů dominovalo. Kandidátem zmiňovaným v textech nejčastěji byl Miloš Zeman (1080 textů), pak jeho soupeř v druhém kole Jiří Drahoš (784 textů). Zároveň si teoretici všimli, že většina textů Zemanovi přímo či nepřímo stranila, zatímco Drahoš se často stával terčem kritiky. Autoři došli k závěru, že „během sledovaného období bylo publikováno třináct dezinformací zmiňujících některého z prezidentských kandidátů. Dezinformace se objevovaly po celé sledované období, avšak jejich výskyt byl nejčetnější mezi prvním a druhým kolem voleb, kdy se objevila polovina

těchto případů. Na šíření dezinformací se podílely pouze některé ze sledovaných platform a to AC24, Aeronet, Parlamentní listy a Protiproud.“ (Syrovátka a Hroch; 2018, str. 10)

8 Databáze

Cílem této kapitoly je vytvořit databázi nejčastějších dezinformací, které zmíněné anti-dezinformační platformy a organizace zaznamenaly v období od prosince roku 2017 do února roku 2018 o kandidátech Miloši Zemanovi a Jiřím Drahošovi. K archivní databázi konkrétních webů jsem se dostala přes server Wayback Machine neziskové digitální knihovny Internet Archive, která umožňuje zobrazit archivované webové stránky. Čerpat budu také ze studie Jonáše Syrovátky a Jaroslava Hrocha „České volby v éře dezinformací: Prezidentské volby 2018“ z PSSI. Zároveň bych chtěla upozornit na to, že v této fázi diplomové práce nebudu pracovat s platformou demagog.cz, protože neodpovídá potřebám tohoto výzkumu. Demagog.cz nevede seznam falešných zpráv nebo dezinformací. Činnost webu se v době prezidentských voleb 2018 soustřeďovala pouze na ověřování výroků kandidátů v rámci předvolebních diskuzí.

NEJZMIŇOVANĚJŠÍ NÁMĚTY DEZINFORMACÍ JSOU POPSÁNY NÍŽE:

- **Jiří Drahoš spolupracoval s komunistickou Státní bezpečností (StB).**
Dezinformace, která bývá uváděna v kombinaci s dalšími tvrzeními proti Jiřímu Drahošovi (například nařčení z pedofilie), se prvně objevila už v červnu roku 2017. Opakovaně pak byla publikována v období kolem voleb ve spekulativní rovině na platformách Aeronet a Parlamentní listy. (Syrovátka a Hroch; 2018, str. 10) Zprávu v srpnu roku 2017 vyvrátil Archiv bezpečnostních složek, který je součástí Ústavu pro studium totalitních režimů. (Wirnitzer, 2018)
- **Jiří Drahoš na svém účtu na sociální síti Twitter sdílí lži.**
V období kolem voleb 2018 na sociální síti Twitter vznikl falešný účet Jiřího Drahoše. Jeho autor se jménem prezidentského kandidáta přiznával například ke členství v Římském klubu. Snímky falešného profilu následně sdíleli na sítích uživatelé, což vedlo k šíření dezinformací. (Cemper, 2018a)

- **Jiří Drahoš si záměrně upravil stránku na Wikipedii, aby zamlžil informace například o svém členství v Římském klubu.**

V diskuzích na sociálních sítích se v lednu 2018 objevila dezinformace, že Jiří Drahoš ze své stránky na Wikipedii vymazával „nepohodlné“ informace např. o svém členství v Římském klubu. Vzhledem k tomu, že jsou na Wikipedii všechny úpravy zaznamenávány v historii, web manipulatori.cz prokázal, že ke zmíněným úpravám nedošlo. (Cemper, 2018b)

- **Jiří Drahoš podepsal výzvu vědců, která vítá migranty.**

V srpnu roku 2015 Jiří Drahoš společně s dalšími zástupci vědecké obce podepsal tzv. Výzvu proti lhostejnosti a strachu, ve které se signatáři vymezili vůči xenofobii a nesnášenlivosti. Zároveň poukazovali na to, že média a politici užívají rétoriku strachu z cizinců a lhostejnosti k utrpení migrantů. Na základě podpisu tohoto dokumentu dezinformátoři obvinili Jiřího Drahoše z „vítání“ migrantů. (Bernáth, Sattler, Procházková a Kabátová; 2018) Za „vítáče“ a „sluníčkáře“ byl tento kandidát označován hned několikrát (viz níže). Sám Drahoš v rozhovoru pro Novinky a Právo prohlásil: „Vůči migrační krizi se vymezuji jasně už od začátku kampaně. Neříkám nic jiného v těch zásadních věcech než třeba Mirek Topolánek. Nechceme tady každého, je třeba zabránit migraci, je třeba pomoci lidem tam u nich. Nevidím tady žádný rozpor mezi tím, co k migraci říkal Mirek Topolánek a co říkám daleko delší dobu já.“ (Bohuslavová a Danda, 2018)

- **Jiří Drahoš hodlá přijmout migranty podle kvót Evropské unie. Správa uprchlických zařízení Ministerstva vnitra rozšiřuje kapacity pro větší počty migrantů po skončení prezidentských voleb, protože až Drahoš zvítězí, respektive bude do pozice instalován, povinné kvóty budou moci být spuštěny na začátku léta.**

Často zmiňovaným tématem na sociálních sítích byl postoj Jiřího Drahoše k otázce povinných kvót na přerozdělování migrantů. On sám několikrát prohlásil, že s nimi nesouhlasí. Naopak mimo jiné podporoval posílení vnějších hranic Evropské unie. „Musíme současně řešit následky i příčiny. Evropa by měla lépe hájit vnější hranici a kontrolovat ty, kteří k nám přicházejí. Abychom omezili riziko útoků teroristů, musíme posílit všechny složky ochrany, včetně tajných služeb. Díky ekonomické

síle Evropy pak lze řešit problémy v místech jejich vzniku. Každá nová studna nebo závlahový systém pro pěstování potravin v subsaharské Africe snižují motivaci místních obyvatel k migraci. Tam by měla Evropa směřovat své úsilí, nikoliv do vnučených kvót,“ prohlásil Drahoš v rozhovoru pro server iDnes.cz. (Wirnitzer, 2017)

- **Jiří Drahoš je napojen na německou kancléřku Angelu Merkelovou, se kterou plánuje přesídlování uprchlíků do České republiky.**

V období před prezidentskými volbami se na dezinformačních webech a sociálních sítích objevila fotografie Jiřího Drahoše společně s německou kancléřkou Angelou Merkelovou. Snímek měl budit dojem, že se politici dobře znají a spolupracují na politické rovině nebo dokonce, že Drahoš je „vítač“. Skupina s názvem Česko patří nám na Facebooku vytvořila událost „Nevolím sluníčkáře a vítače Drahoše“ a tuto fotografii použila jako úvodní. Snímek byl přitom pořízen roku 2013 na chemickém sympoziu, kterou pořádala Akademie věd České republiky. (Cemper, 2018c)

- **Jiří Drahoš založil Římský klub, tj. organizaci iluminátů, jejímž cílem je nastolení Nového světového řádu.**

Podle dezinformačních platforem je za Římským klubem třeba hledat mezinárodní spiknutí iluminátů. Zároveň je prý součástí plánu na nastolení Nového světového řádu. Petr Cvalín z KSČM dokonce označil Římský klub za zednářské společenství. Jiří Drahoš své údajné působení v tomto spolku komentoval takto: „Česká asociace římského klubu je sdružením s dlouholetou historií, jejímž čestným předsedou byl Václav Havel, výkonným předsedou Valtr Komárek a mezi zakládajícími místopředsedy byl Miloš Zeman, současný prezident České republiky. Ten se v počátcích výrazně za vznik pobočky klubu angažoval. [...] Se zednáři nebo jakoukoli snahou ovládnout svět to nemá nic společného. Je to naprostá hloupost. Vím to z přímé zkušenosti. Po jistou dobu jsem České asociaci předsedal. Zhruba od roku 2010 se činnosti již neúčastním.“ (Černá, 2018)

- **Jiří Drahoš má podporu pouze v Praze. Miloš Zeman vyhrál ve většině okresů.**

Po prvním volebním kole se objevila dezinformace, že Jiřího Drahoše podpořili jen obyvatelé Prahy. Jeho soupeř Miloš Zeman sice skutečně v prvním kole zvítězil ve

většině okresů, ale většinu hlasů obdržel pouze v několika málo okresech. (Cemper, 2018d)

- **Předvolební kampaň Jiřího Drahoše a dalších protikandidátů Miloše Zemana financuje americký miliardář maďarského původu George Soros.**

Jedna z prvních dezinformací tohoto typu se objevila v prosinci roku 2017, kdy web Aeronet publikoval spekulaci, podle které kampaň protikandidátů Miloše Zemana financuje americký miliardář maďarského původu George Soros. Přestože zpráva konkrétního kandidáta nejmenovala, někteří uživatelé v diskuzích na internetu tuto dezinformaci spojovali s Jiřím Drahošem. Podobně se objevila také v rozhovoru na webu Parlamentních listů. (Syrovátka a Hroch; 2018, str. 10) Jiří Drahoš argumentoval tím, že vede transparentní účet. (Jiří Drahoš, [b.r.]

- **Jiří Drahoš bude instalován na post prezidenta a Miroslav Kalousek se stane premiérem. Je to už dohodnuté.**

V lednu 2018 web Aeronet publikoval dezinformaci, že po zvolení Jiřího Drahoše prezidentem tehdejší poslanec TOP 09 Miroslav Kalousek obsadí premiérský post (Syrovátka a Hroch; 2018, str. 10) Jako nepravdivou tuto informaci vyhodnotil web demagog.cz, když se během předvolební debaty na ČT Miloš Zeman zeptal Jiřího Drahoše, zda by v případě vítězství jmenoval Miroslava Kalouska ministrem vlády nebo zda se stane neformálním poradcem prezidenta. To Jiří Drahoš komentoval slovy: „Byl jsem dotázán časopisem Reflex, se kterými politiky se mi dobře jednalo jako předsedovi Akademie věd. Řekl jsem, že například s Pavlem Bělobrádkem, vicepremiérem pro vědu, a také s Miroslavem Kalouskem, který byl ministrem financí. Jednal jsem s ním služebně jako předseda Akademie věd a nikdy jsem nic takového neřekl. [...] Je to jeden z výroků, který není pravdivý...“ (Stoniš, 2018)

- **Výzvu Mantinely demokracie občanské platformy Rekonstrukce státu sepsali lidé z okolí Jiřího Drahoše a Kroměřížské výzvy na základě konzultací s americkým velvyslancem Andrewem Schapirem. Jedná se o americkou akci s cílem zabránit referendu o vystoupení ze Severoatlantické aliance a zestátnění nebo reformy České republiky, která je spojencem Spojených států.**

Dezinformace pochází z článku na webu Aeronet, podle kterého občanskou výzvu Mantinely demokracie sepsali lidé z okolí kandidáta Jiřího Drahoše. Vycházet měla zároveň z textu velvyslance USA Andrewa Schapira. Projekt Rekonstrukce státu, který dokument vyzývající budoucí vládu k dodržování základních demokratických principů inicioval, dezinformaci následně popřel. (Rekonstrukce státu, 2018)

- **Ředitel ČT Petr Dvořák se otevřeně postavil na stranu podporovatelů Jiřího Drahoše.**

Podle anti-dezinformačního webu manipulatori.cz se ředitel České televize Petr Dvořák nikdy veřejně nevyjádřil k podpoře Jiřího Drahoše nebo Miloše Zemana. (Manipulátoři, 2018)

- **Po zvolení Jiřího Drahoše budou v České republice rozmístěny americké základny, američtí vojáci a rakety krátkého a středního doletu.**

Na tuto dezinformaci opět upozornil web manipulatori.cz. „S pobytem cizích vojsk na území ČR nejdéle na dobu 60 dní musí dle Ústavy ČR souhlasit Vláda. Ta rovněž říká, že s pobytem cizích ozbrojených sil na území České republiky je třeba souhlasu nadpoloviční většiny všech poslanců (tj.101/200) a nadpoloviční většiny všech senátorů (41/81). Jinými slovy o přítomnosti amerických vojsk na území ČR nerozhoduje prezident ČR.“ (Manipulátoři, 2018)

- **Zpěvák Karel Gott v prezidentských volbách podpořil Miloše Zemana.**

V den prvního kola voleb web Parlamentní listy vydal článek s manipulativním titulkem tvrdícím, že Miloše Zemana ve volbách podpořil zpěvák Karel Gott. Ten informaci prostřednictvím své tiskové mluvčí popřel. Tímto tvrzením byl dezinformován sám Miloš Zeman, který ho zopakoval na tiskové konferenci. (Srovátka a Hroch; 2018, str. 11)

- **Příznivci Miloše Zemana nemusejí volit v prvním kole voleb, protože Zeman do druhého kola postoupí automaticky.**

Dezinformace o automatickém postupu Miloše Zemana do druhého kola se objevila na sociálních sítích. Voliče měla přesvědčit o tom, že v prvním kole budou volit soupeře pro úřadující hlavu státu, tj. pro Miloše Zemana. Podle mluvčího Hradu

Jiřího Ovčáčka se výzva objevila v podobě letáku v Moravskoslezském kraji. V textu stálo: „Vážení voliči Miloše Zemana! Pokud chcete volit současnou hlavu státu Miloše Zemana, pak v 1. kole nikam nemusíte. Od letošního roku je to novinka. Prezident, který svůj úřad obhájí, postupuje automaticky přímo do kola finálového. Prosím, zůstaňte doma a přijďte až 25. a 26. ledna. Děkujeme!“ (Wirnitzer, 2018) Základem letáku se stal vtíp z recesistického pořadu Jindřicha Šídla. Následně o dezinformačním letáku informoval web Parlamentní listy a Sputnik CZ. Dezinformaci popřelo Ministerstvo vnitra České republiky. (Syrovátka a Hroch; 2018, str. 11)

- **Miloš Zeman má umělou nohu, neboť ta jeho mu musela být kvůli cukrovce amputována.**

Na sociálních sítích se šířily dezinformace o tom, že Miloši Zemanovi musela být kvůli zdravotním komplikacím amputována noha. Falešnou zprávu podnítilo video z jeho veřejného vystoupení při oslavách 28. října, kde prezident ukázal nejistou chůzi a pohublé končetiny. Dezinformaci popřel Zemanův ošetřující lékař Miloslav Kalaš: „Současný zdravotní stav pana prezidenta po kontrolních, klinických i laboratorních vyšetřeních v žádném případě nepotvrzuje lživé informace o jeho vážném zdravotním stavu. Jedná se o zcela vymyšlené, ničím nepodložené zprávy.“ (Černá, 2017) Přesto se dezinformace o zdravotním stavu Miloše Zemana opakovaně objevovaly také v období krátce před prezidentskými volbami.

- **Miloš Zeman umírá na onemocnění rakovinou.**

V listopadu 2017 brněnský politik Svatopluk Bartík na svém profilu na Facebooku napsal: „Zeman má rakovinu, metastáze na více místech, svoji diagnózu zná už zhruba tři týdny, léčbu odmítl, prognóza 3 až 7 měsíců, zdroj z pochopitelných důvodů nezveřejňuje.“ Jeho příspěvek, který se následně objevil v médiích, popřel a odsoudil hradní mluvčí Jiří Ovčáček. Hrad na Bartíka podal trestní oznámení. (Golís, 2018)

- **Miloš Zeman přijal na tajném obřadu v mešitě muslimské jméno Šáh Al Ze Man.**

V období kolem voleb se na sociálních sítích rozšířila fotografie manželky Miloše Zemana, Ivany Zemanové v hidžábu. Snímek obsahoval varovný text: „PROČ NEVOLIT MILOŠE ZEMANA? V SRPNU 2015 PŘI TAJNÉM OBŘADU V MEŠITĚ ŠEJKA ZAYEDA PŘIJAL ŠESTNÉ MUSLIMSKÉ JMÉNO ŠÁH AL ZE MAN. JEHO ŽENA IVANA NOSILA POKORNĚ HIDŽÁB I BURKU! POTŘEBUJEME PREZIDENTA, KTERÝ ZASTAVÍ MUSLIMSKOU INVAZI DO EVROPY A NE MUSLIMSKÉHO AGENTA ARABŮ. SDÍLEJTE A V DRUHÉM KOLE VOLTE KOHOKOLIV JEN NE ZEMANA!!! ISLÁM V ČR NECHCEME“ (Bernáth, Sattler, Procházková a Kabátová; 2018) Server Lidovky.cz napsal, že prezident muslimské jméno nepřijal a fotografie pochází z cest prezidentského páru po arabských zemích roku 2015. (tamtéž)

Na většinu dezinformací, které jsem zařadila do databáze, upozorňovaly weby popravde.cz a manipulatori.cz. Server hoax.cz k této problematice uvedl: „Politické polopravdy a hoaxy jsou docela specifické a přesahují rámec tohoto serveru, ale zase existují jiné stránky, které se na toto téma přímo specializují.“ (hoax.cz) Platforma popravde.cz se zaměřila primárně na dezinformace, které kolovaly kolem Jiřího Drahoše. Naopak web manipulatori.cz, stejně jako analýza PSSI, upozorňoval také na falešné zprávy o Miloši Zemanovi. Těch ale vesměs kolovalo mnohem méně než o jeho protikandidátovi. Vytvořená databáze obsahuje 18 dezinformačních zpráv, z nichž pouze 5 je namířeno proti Miloši Zemanovi. Nejvíce dezinformací se objevilo v období po 1. volebním kole v lednu 2018. Některé falešné zprávy jako třeba o tom, že Miloš Zeman automaticky postupuje do druhého kola, se objevily napříč servery, které na dezinformace upozorňují. O dezinformačních zprávách v období před 2. volebním kolem také často informovaly weby mediálních domů (např. lidovky.cz, aktualne.cz, irozhlas.cz...).

Co se týče charakteru dezinformačních zpráv, v případě Miloše Zemana se týkaly hlavně jeho zdravotního stavu (např. dezinformace o amputování nohy nebo onemocnění rakovinou). Oproti tomu Jiří Drahoš byl v dezinformačních zprávách často zobrazován jako podporovatel unijních migračních kvót, tzv. „vítač“ migrantů. Námět falešné zprávy často čerpaly z aktuálních a citlivých politických témat jako například migrační krize. Dezinformátor v řadě případů sázel také na neznalost a nevzdělanost čtenáře o fungování

mechanismů vlády v České republice (např. dezinformace o umístění amerických základen na českém území v případě vítězství Jiřího Drahoše). V některých případech také začala dezinformace takzvaně „žít vlastním životem“ v diskuzních skupinách (např. zpráva Aeronetu o financování protikandidátů Miloše Zemana maďarským miliardářem Georgem Sorosem začala být s osobou Jiřího Drahoše spojována teprve v diskuzích). Jako další charakteristickou vlastnost dezinformačních zpráv bych označila „uvěřitelnost“, kdy dezinformátor pracuje se skutečnou informací, kterou pozmění natolik, že se stává opakem pravdy, tedy zprávou falešnou.

Zároveň bych chtěla upozornit, že tato databáze je pouze orientační a obsahuje jen dezinformace, na které upozorňovaly anti-dezinformační spolky. Vzhledem k charakteru internetu nebylo v rámci této diplomové práce možné obsáhnout veškeré dezinformace, se kterými volící občané přišli v období kolem prezidentských voleb 2018 do styku. O tom svědčí také skutečnost, že falešné zprávy se sice na některých serverech opakovaly, ale ani jedna platforma nezahrnovala všechny uvedené dezinformace.

9 Dotazníkové šetření

9.1 Popis dotazníku

Na sběr dat pro účely diplomové práce jsem se rozhodla využít online analytický nástroj Survio. Výhody dotazníkového šetření jsou v rychlosti a nízkých nákladech na sběr dat. Naopak nevýhodu spatřuji ve velké obtížnosti získat vzorek reprezentativní pro českou populaci, což může ovlivnit validitu výzkumu. V mém případě půjde o takzvaný příležitostný výběr (z ang. occasional sampling), tj. respondenti jsou vybíráni z populace na základě dostupnosti. Dotazník jsem se rozhodla rozšířit přes sociální sítě (Facebook a Twitter). Zároveň, abych svůj výzkum obohatila o respondenty mimo okruh svých známých, podařilo se mi dotazník rozmístit na web komerční televize CNN Prima News.

Dotazník obsahoval celkem čtyři části (viz příloha č.1). V první části respondenti mohli souhlasit nebo nesouhlasit s vyplněním dotazníku, byli informováni o pravidlech a vyzváni k tomu, aby odpovídali na otázky pravdivě. Ve druhé části jsem se ptala na obecnou charakteristiku respondenta, tj. pohlaví, věk a dosažené vzdělání. Ve třetí části mě zajímal politický a mediální profil respondenta, tj. konkrétně měli respondenti podle vlastního uvážení vyplnit, kam by se zařadili na stupnici pravice-levice; koho volili v prezidentských volbách 2018 (jednou z možností bylo také „nevolil/a jsem“); jestli jako zdroj informací používají sociální sítě; jestli sledují portály jako například Aeronet, Sputnik CZ, Protiproud, AC24 a Parlamentní listy; a nakonec z jakého primárního zdroje před prezidentskými volbami 2018 čerpali informace o prezidentských kandidátech.

Když se respondenti dostali k poslední části dotazníku, našli celkem 10 krátkých úryvků ze tří různých kategorií – 5 textů namířených proti Miloši Zemanovi a 5 proti Jiřímu Drahošovi. První kategorií byly falešné zprávy, které jsem vybrala z dříve vytvořené databáze falešných zpráv (viz níže).

Q1 „Jiří Drahoš spolupracoval s komunistickou Státní bezpečností (StB).“

Q2 „Jiří Drahoš podepsal výzvu vědců, která vítá migranty.“

Q3 „Jiří Drahoš založil Římský klub, tj. organizaci iluminátů, jejímž cílem je nastolení Nového světového řádu.“

Q4 „Příznivci Miloše Zemana nemusejí volit v prvním kole voleb, protože Zeman do druhého kola postoupí automaticky.“

Q5 „Miloš Zeman má umělou nohu, neboť ta jeho mu musela být kvůli cukrovce amputována.“

Q6 „Miloš Zeman přijal na tajném obřadu v mešitě muslimské jméno Šáh Al Ze Man.“

Druhou kategorií byly pravdivé zprávy, které se ve stejném období objevily na serverech mediálních domů (viz níže).

Q7 „Miloše Zemana ve volební místnosti v pražských Lužinách, kam přišel prezident volit v prvním volebním kole, napadla do půl těla svlečená aktivistka ukrajinského hnutí Femen.“ (Kabátová, Gibiš a Sattler; 2018)

Q8 „Jiří Drahoš odmítl účast v pořadu Aréna Jaromíra Soukupa na TV Barrandov kvůli účasti mluvčího Hradu Jiřího Ovčáčka. Ten do studia přišel s fikusem jakožto „adekvátní“ náhradou za Jiřího Drahoše.“ (Sattler, 2018)

Poslední kategorií byly takzvané placebo zprávy, tj. falešné zprávy, které jsem vytvořila záměrně kvůli kontrole falešné paměti u respondentů (viz níže).

Q9 „Během finální předvolební debaty na ČT v pražském Rudolfinu Miloš Zeman zavrával a málem upadl přímo během televizního přenosu. Od pádu na zem ho zachránilo, že se stihl zachytit křesla. Incident podpořil spekulace o špatném zdravotním stavu prezidenta.“ (zdroj: vlastní tvorba autorky)

Q10 „Jiří Drahoš prohlásil, že v případě svého vítězství v prezidentských volbách, jednoznačně podpoří zákon o adopci dětí homosexuálními páry.“ (zdroj: vlastní tvorba autorky)

Podobně jako je tomu u fake news, které se opravdu objevily, jsem stavěla na pravdivých informacích, ale pozměnila jsem smysl informace natolik, že se ze zprávy pravdivé stala zpráva falešná.

U všech uvedených úryvků měli následně respondenti zodpovědět celkem 3 otázky:

1. Zaznamenal/a jste tuto informaci v období kolem prezidentských voleb roku 2018?
2. Považujete zprávu za pravdivou?
3. Vzpomenete si, kde jste tuto zprávu prvně zaregistroval/a? (na tuto otázku měli respondenti odpovídat pouze v případě, že zprávu zaznamenali)

9.2 Výsledky dotazníkového šetření

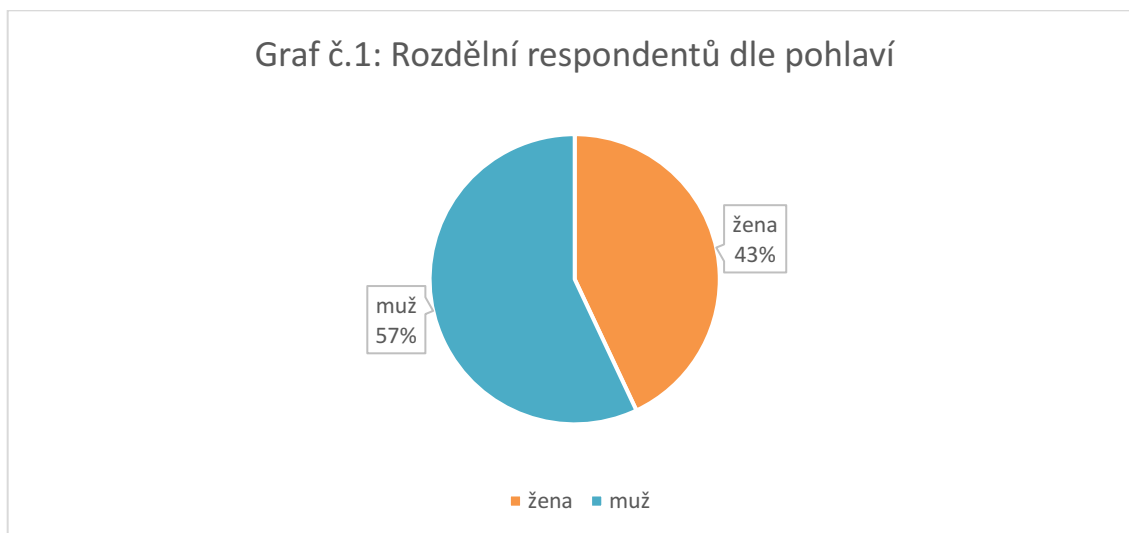
V této části rozeberu základní charakteristiky dat, které jsem obdržela v rámci dotazníkového šetření. To probíhalo po dobu tří týdnů od 1. do 22. července. Dotazník vyplnilo celkem 208 respondentů. Podmínku souhlasu splnilo 204 respondentů, přičemž 1 respondent nesplnil podmínku věkové hranice 18 let. V analýze a rozboru dat tak budu pracovat pouze s odpověďmi 203 respondentů, kteří tvoří takzvaný výběrový soubor.

9.2.1 Popis výběrového souboru

V této fázi se budu věnovat základním výsledkům podle rozdělení datového souboru v otázkách:

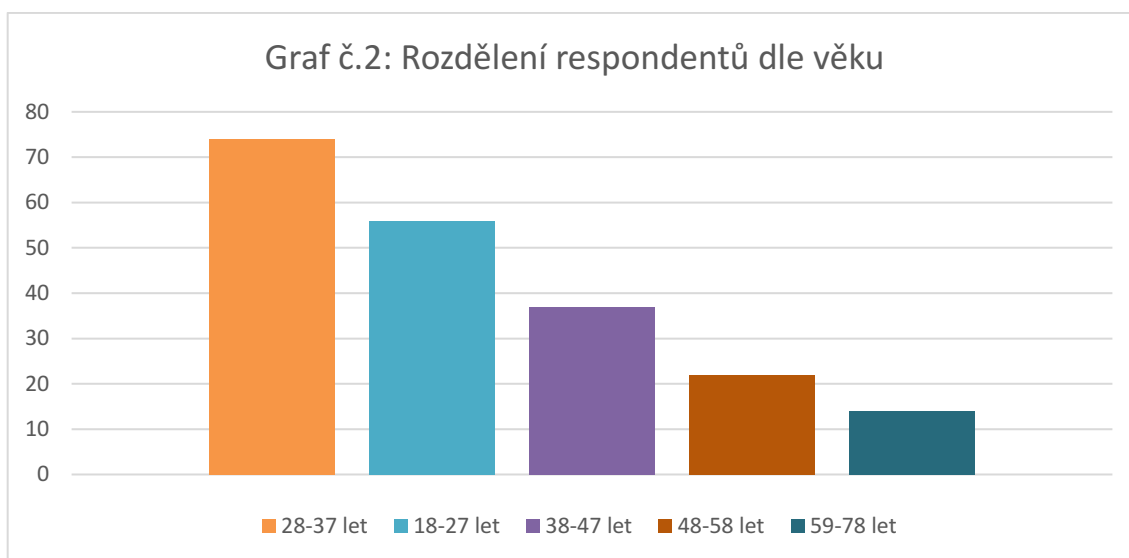
- pohlaví,
- věku,
- vzdělání,
- politických preferencí,
- využívání informačních zdrojů.

Z 203 relevantních respondentů odpovídalo v dotazníkovém šetření 57 % mužů a 43 % žen.



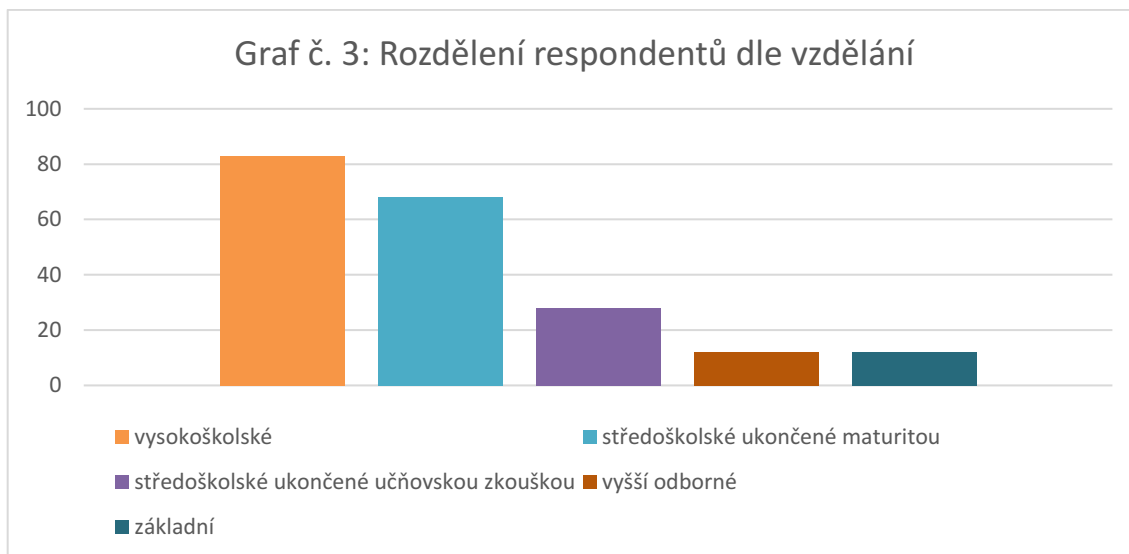
(zdroj: vlastní zpracování autorky)

Co se týče věkového rozložení respondentů, převažují lidé od 28 do 37 let. Druhou dominantní skupinou jsou respondenti od 18 do 27 let. Nakonec nejméně zastoupenou skupinou respondentů jsou lidé od 59 do 78 let.



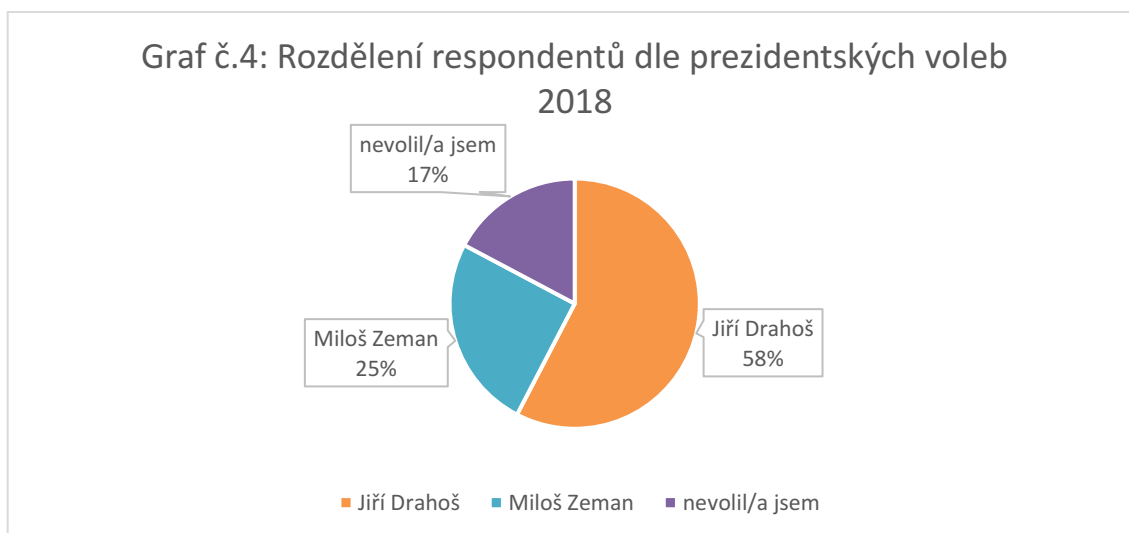
(zdroj: vlastní zpracování autorky)

V otázce vzdělání dominuje u výběrového vzorku vysokoškolské. Naopak nejméně uváděli respondenti jako nejvyšší dokončené vzdělání vyšší odborné a základní vzdělání. V dotazníku tuto odpověď v obou případech zvolilo pouze 12 respondentů.



(zdroj: vlastní zpracování autorky)

V případě politických preferencí respondentů byly pro účely výzkumu důležité odpovědi na otázku, koho volili ve 2. kole prezidentských voleb 2018. Ve výběrovém souboru dominovali voliči kandidáta Jiřího Drahoše, tj. tuto možnost uvedlo 117 lidí. 51 respondentů prohlásilo, že dalo ve volbách svůj hlas Miloši Zemanovi a 35 respondentů nevolilo žádného kandidáta.

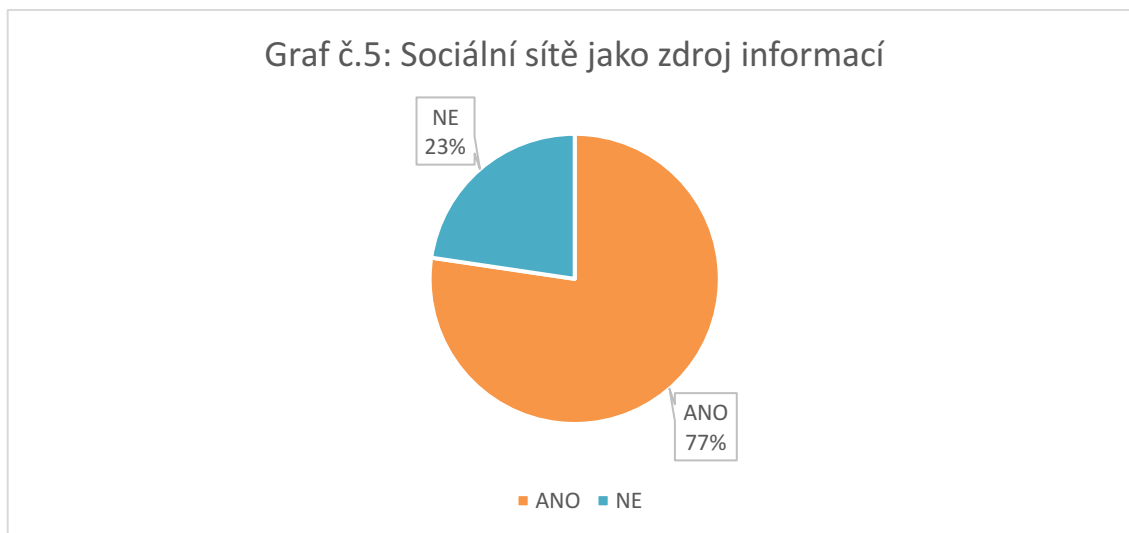


(zdroj: vlastní zpracování autory)

Do dotazníkového šetření jsem navíc zařadila otázku ohledně příslušnosti respondentů k pravici nebo levici. V tomto případě nejvíce respondentů uvedlo, že se hlásí k pravé části

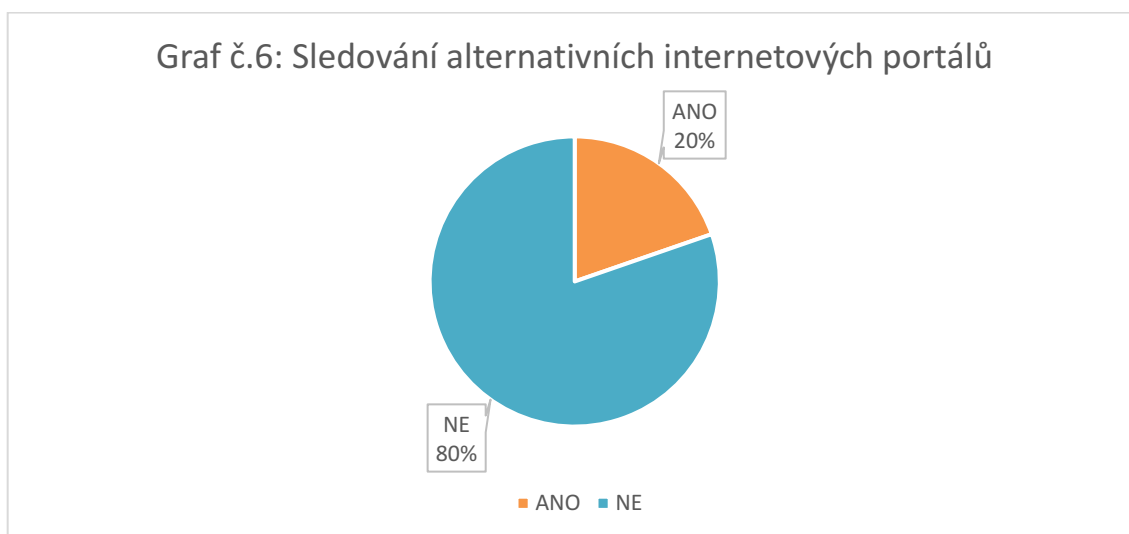
politického spektra nebo k politickému středu. Nakonec nejméně respondentů by se zařadilo do levé části politického spektra.

Dalším cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, jaké zdroje informací respondenti používají. 157 respondentů uvedlo, že jako informační zdroj používá sociální síť.



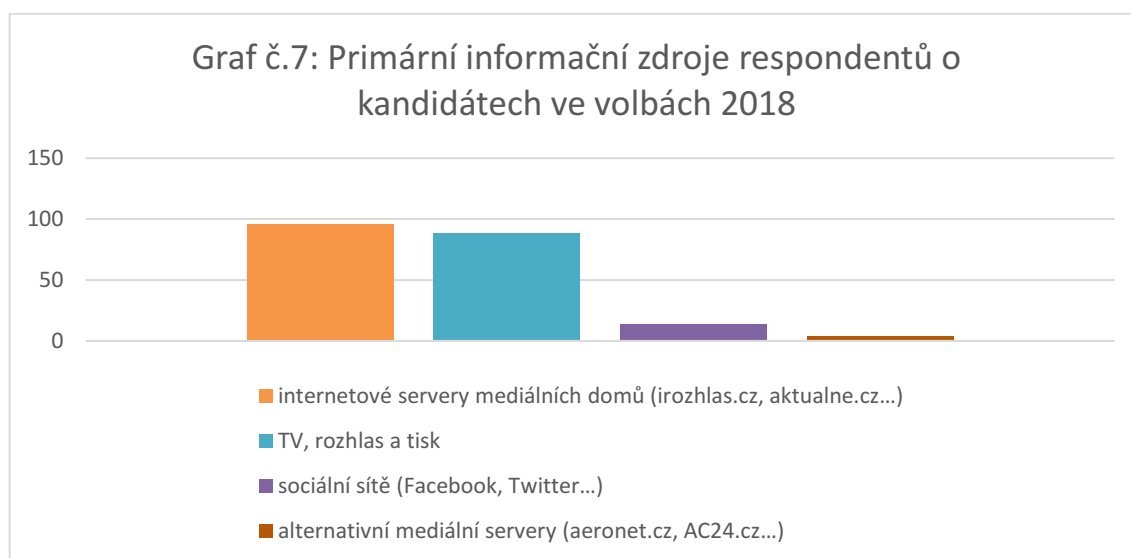
(zdroj: vlastní zpracování autorky)

Jinak odpovídali respondenti na další otázku, kde jsem zjišťovala, jestli sledují alternativní weby jako jsou např. Aeronet, Sputnik CZ, Protiproud nebo AC24. V tomto případě většina respondentů, tj. 163 prohlásila, že tyto portály nesleduje.



(zdroj: vlastní zpracování autorky)

Nakonec v této části dotazníku jsem také zjišťovala, ze kterých zdrojů respondenti primárně čerpali informace o prezidentských kandidátech Miloši Zemanovi a Jiřím Drahošovi v období před volbami roku 2018. Jako hlavní informační zdroj účastníci dotazníku nejčastěji uváděli internetové servery mediálních domů (96 respondentů) nebo TV, rozhlas a tisk (88 respondentů). 14 respondentů uvedlo, že se informovalo hlavně na sociálních sítích a nakonec 4 dotázaní jako zdroj informací o volbách zvolili alternativní mediální servery.



(zdroj: vlastní zpracování autorky)

9.2.2 Vystavení dezinformačnímu narativu

Cílem výzkumu je mapování výskytu dezinformací o prezidentských kandidátech, tj. Miloši Zemanovi a Jiřím Drahošovi v období dvou měsíců před 2. kolem prezidentských voleb roku 2018. Jako první budu zjišťovat, se kterými dezinformacemi se dotázaní setkali. Odpovědi respondentů jsem shrnula v následující tabulce, přičemž v prvním sloupci jsou uvedeny jednotlivé falešné zprávy, ve druhém je počet respondentů, kteří konkrétní zprávu zaznamenali a nakonec ve třetím sloupci je jejich procentuální zastoupení s ohledem na celkový počet respondentů.

Tabulka č.1: Vystavení respondentů dezinformačnímu narativu

Falešné zprávy o kandidátech Jiřím Drahošovi a Miloši Zemanovi šířené před volbami roku 2018.	Četnost (n)	Relativní četnost (%)
„Jiří Drahoš spolupracoval s komunistickou Státní bezpečností (StB).“	84	41,4 %
„Jiří Drahoš podepsal výzvu vědců, která vítá migranty.“	104	51,2 %
„Jiří Drahoš založil Římský klub, tj. organizaci iluminátů, jejímž cílem je nastolení Nového světového řádu.“	44	21,7 %
„Příznivci Miloše Zemana nemusejí volit v prvním kole voleb, protože Zeman do druhého kola postoupí automaticky.“	114	56,2 %
„Miloš Zeman má umělou nohu, neboť ta jeho mu musela být kvůli cukrovce amputována.“	64	31,5 %
„Miloš Zeman přijal na tajném obřadu v mešitě muslimské jméno Šáh Al Ze Man.“	16	7,9 %

(zdroj: vlastní zpracování autorky)

Z dotazníkového šetření vyplývá, že se respondenti v období před volbami nejčastěji setkali s dezinformací o tom, že voliči Miloše Zemana nemusejí chodit k 1. volebnímu kolu, protože do 2. kola postoupí automaticky. Druhou nejvíce zaznamenanou zprávou byla dezinformace o tom, že Jiří Drahoš podepsal výzvu vědců, která vítá migranty. Naopak nejméně dotázaných zaznamenalo falešnou zprávu o tom, že Miloš Zeman na tajném obřadu v mešitě přijal muslimské jméno Šáh Al Ze Man.

Jako kontrolní vzorec byly v dotazníku uvedeny také pravdivé zprávy a placebo zprávy, tj. falešné zprávy vymyšlené za účelem tohoto výzkumu. Pravdivou zprávu o napadení Miloše Zemana aktivistkou hnutí Femen zaznamenalo 191 respondentů (tj. 94,1

% z celkového počtu dotázaných) a pravdivou zprávu o tom, že si mluvčí Hradu Jiří Ovčáček do studia na TV Barrandov donesl fikus jako „adekvátní“ náhradu za Jiřího Drahoše, který účast odmítl, zaznamenalo 78 respondentů (tj. 38,4 % z celkového počtu dotázaných). Výsledek u placebo zpráv poukazuje na syndrom falešné paměti u respondentů, což může ovlivnit údaje o vystavení skutečným falešným zprávám. Placebo zprávu o tom, že Miloš Zeman málem upadl v přímém přenosu během volební debaty v pražském Rudolfinu, si vybavilo 112 respondentů (tj. 55,2 % z celkového počtu dotázaných) a placebo zprávu o tom, že Jiří Drahoš v případě vítězství ve volbách jednoznačně podpoří zákon o adopci dětí homosexuálními páry, zaznamenalo 41 respondentů (tj. 20,2 % z celkového počtu dotázaných). Přitom uvedené falešné zprávy se v českém informačním prostředí v této podobě nikdy neobjevily.

V průměru se s uvedenými dezinformacemi o kandidátovi Jiřím Drahošovi setkala 38,1 % respondentů. O něco méně zaznamenali respondenti dezinformace o Miloši Zemanovi, tj. 31,9 % respondentů. S placebo zprávami o obou kandidátech se v průměru setkala 37,7 % respondentů. Nejvyšší počet, tj. 66,3 % respondentů zaznamenalo pravdivé zprávy o obou kandidátech.

9.2.3 Určení nepravdivosti výroků

Dalším cílem výzkumu je zjistit, zda respondenti dokážou zpětně určit nepravdivost testovaných výroků. Získané údaje jsou opět znázorněny v tabulce. V prvním sloupci je uvedena konkrétní falešná zpráva, ve druhém je uveden počet respondentů, kteří zprávu nesprávně označili za „pravdivou“ a ve třetím jejich procentuální zastoupení z celkového počtu respondentů v dotazníkovém šetření.

Tabulka č.2: Určení falešných výroků

Falešné zprávy o kandidátech Jiřím Drahošovi a Miloši Zemanovi šířené před volbami roku 2018.	Četnost (n)	Relativní četnost (%)
„Jiří Drahoš spolupracoval s komunistickou Státní bezpečností (StB).“	33	16,3 %
„Jiří Drahoš podepsal výzvu vědců, která vítá migranty.“	46	22,7 %
„Jiří Drahoš založil Římský klub, tj. organizaci iluminátů, jejímž cílem je nastolení Nového světového řádu.“	8	3,9 %

„Příznivci Miloše Zemana nemusejí volit v prvním kole voleb, protože Zeman do druhého kola postoupí automaticky.“	13	6,4 %
„Miloš Zeman má umělou nohu, neboť ta jeho mu musela být kvůli cukrovce amputována.“	7	3,4 %
„Miloš Zeman přijal na tajném obřadu v mešitě muslimské jméno Šáh Al Ze Man.“	3	1,5 %

(zdroj: vlastní zpracování autorky)

Z dotazníkového šetření vyplývá, že nejvíce respondentů věří dezinformaci o tom, že Jiří Drahoš podepsal výzvu vědců, která vítá migranty. Další dezinformací, kterou za pravdivou označilo druhé nejvyšší procento lidí, je zpráva o tom, že kandidát Jiří Drahoš spolupracoval s komunistickou Státní bezpečností (StB). Co se týče dezinformací o Miloši Zemanovi, nejvíce respondentů stále věří falešné zprávě o tom, že jeho voliči nemuseli volit v 1. kole, protože do 2. kola postoupí automaticky.

V tomto případě se můžeme podrobně podívat na to, jak v určování nepravdivosti výroků uspěli voliči Jiřího Drahoše a Miloše Zemana. Na otázku, zda považují konkrétní zprávu za pravdivou, odpovídalo celkem 117 voličů Jiřího Drahoše a celkem 51 voličů Miloše Zemana. Procenta správného určení zprávy jako falešné jsou počítána z celkového počtu respondentů, kteří spadají buď do skupiny voličů Jiřího Drahoše nebo do skupiny voličů Miloše Zemana. Pravdivost určovali respondenti u celkem šesti falešných zpráv:

Q1 „Jiří Drahoš spolupracoval s komunistickou Státní bezpečností (StB).“

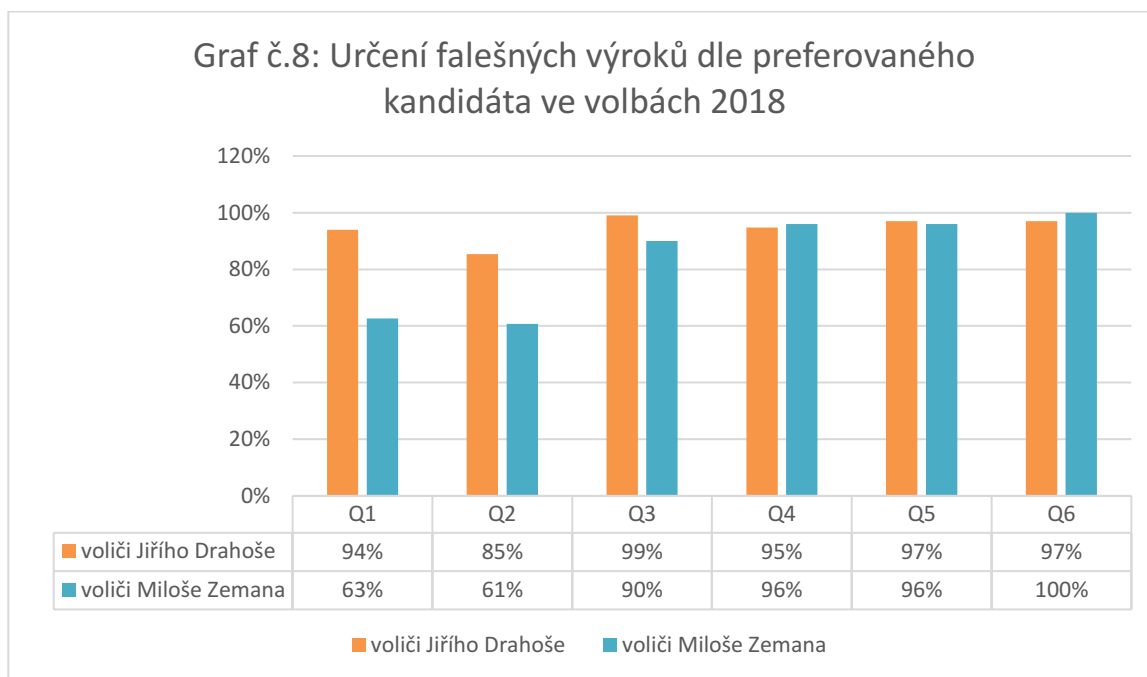
Q2 „Jiří Drahoš podepsal výzvu vědců, která vítá migranty.“

Q3 „Jiří Drahoš založil Římský klub, tj. organizaci iluminátů, jejímž cílem je nastolení Nového světového řádu.“

Q4 „Příznivci Miloše Zemana nemusejí volit v prvním kole voleb, protože Zeman do druhého kola postoupí automaticky.“

Q5 „Miloš Zeman má umělou nohu, neboť ta jeho mu musela být kvůli cukrovce amputována.“

Q6 „Miloš Zeman přijal na tajném obřadu v mešitě muslimské jméno Šáh Al Ze Man.“



(zdroj: vlastní zpracování autorky)

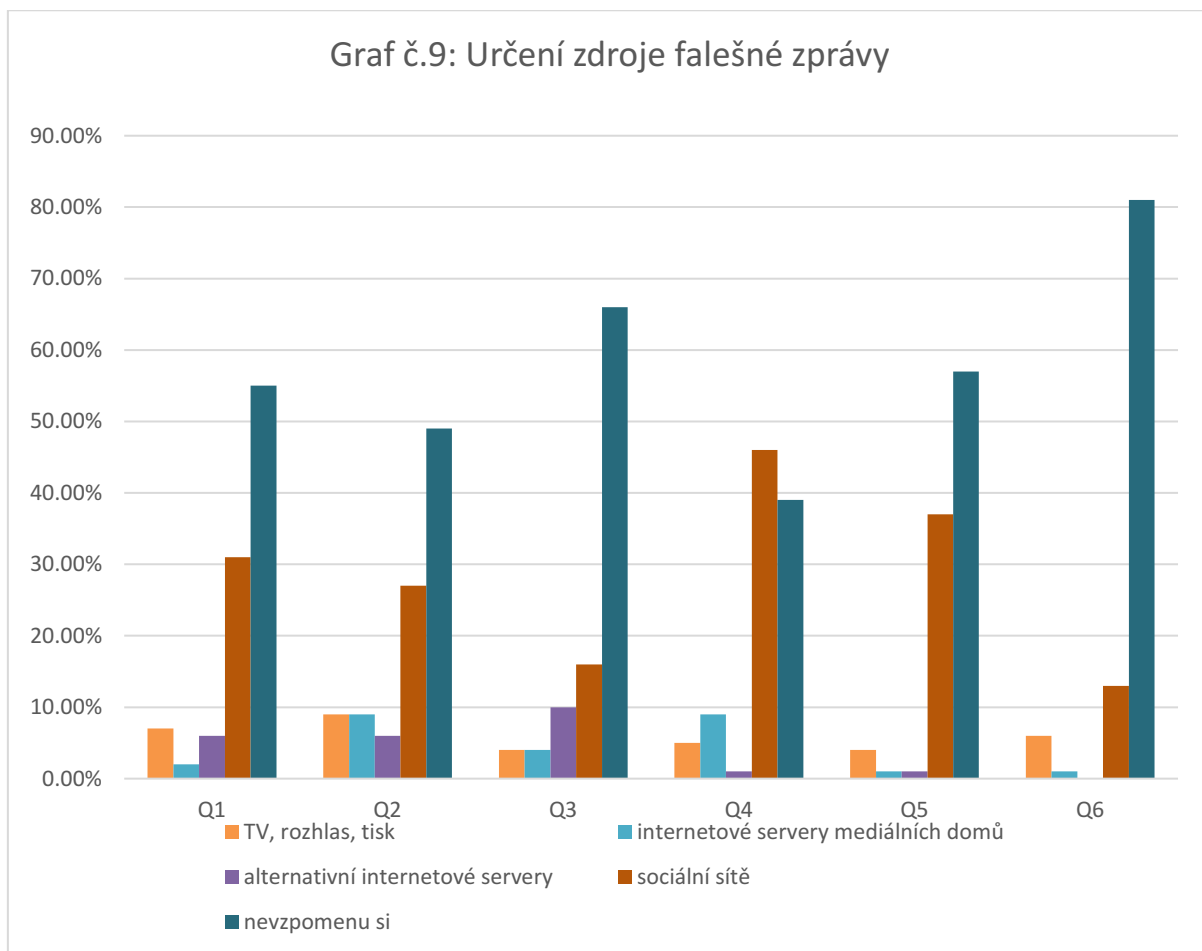
Největší rozdíly jsou v určování nepravdivosti falešných výroků o kandidátovi Jiřím Drahošovi. Falešnou zprávu o tom, že Jiří Drahoš spolupracoval s StB, správně za nepravdivou označilo 94 % voličů Jiřího Drahoše. Naopak ve skupině voličů Miloše Zemana odhalilo nepravdivost tohoto výroku 63 % respondentů. Druhou falešnou zprávu o tom, že Jiří Drahoš podepsal výzvu vědců vítající migranty, správně za nepravdivou označilo 85 % voličů Jiřího Drahoše a 61 % voličů Miloše Zemana. V případě třetí dezinformace o založení Římského klubu Jiřím Drahoše už rozdíl nebyl tak markantní, tj. jako falešnou zprávu správně určilo 99 % voličů Jiřího Drahoše a 90 % voličů Miloše Zemana. Co se týče dezinformací o Miloši Zemanovi, v určování nepravdivosti výroků si respondenti z obou skupin vedli podobně.

9.2.4 Určení zdroje falešných zpráv

Dalším dílčím cílem výzkumu je určit, jestli si respondenti zpětně vybaví zdroj falešné zprávy. V tomto případě u konkrétních dezinformací mohli dotázaní vybírat z celkem pěti variant:

- TV, rozhlas, tisk;
- internetové servery mediálních domů (irozhlas.cz, aktualne.cz...);
- alternativní internetové servery (aeronet.cz, AC24.cz...);
- sociální sítě (Facebook, Twitter...);
- nevzpomenu si.

Odpovídat měli respondenti pouze v případě, že dezinformaci zaznamenali, počet respondentů na tuto otázku se tudíž u jednotlivých falešných zpráv liší. Odpovědi na tuto otázku u jednotlivých dezinformací proto budu analyzovat zvlášť.



(zdroj: vlastní zpracování autorky)

Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že si respondenti zpětně zdroj falešné zprávy ve většině případů nevybaví. Další nejvyšší procento respondentů u všech uvedených dezinformací jako jejich zdroj označilo sociální sítě, přitom jako dominantní tato odpověď byla u falešné zprávy o tom, že voliči Miloše Zemana nemusejí volit v 1. kole, protože do 2. kola postoupí automaticky.

9.2.5 Nedostatky výzkumu

Při porovnání získaného vzorku s celkovou populací podle údajů Českého statistického úřadu bylo zjištěno, že nejde o reprezentativní vzorek. Odlišnosti můžeme spatřit ve větším zastoupení respondentů mužů nebo věkové skupiny od 18 do 27 let. Další rozdíl spočívá ve složení vzdělanosti, kdy je ve výběrovém souboru výrazně zastoupena skupina dotázaných s dokončeným vysokoškolským vzděláním. Přestože jsem se snažila distribuovat dotazník přes web CNN Prima News do odlišných sociodemografických skupin, získaný vzorek nereprezentuje českou populaci. Nedostatek vidím také v nízkém počtu respondentů. Další markantní rozdíl spočívá v rozhodování ve 2. kole prezidentských voleb z ledna 2018. Ve vzorku, který jsem získala dotazníkovým šetřením, Jiřího Drahoše volilo dvakrát více respondentů než jeho protikandidáta Miloše Zemana. I když vzorek není reprezentativní povahy, můžeme získaná data považovat za dostatečně diverzifikovaná.

ZÁVĚR

Cílem této diplomové práce bylo prozkoumat problematiku dezinformací, které se šíří v prostředí webu 2.0 na příkladu českých prezidentských voleb roku 2018. V teoretické části jsem se soustředila na definování základní terminologie. Vzhledem k tomu, že se v posledních letech v zahraniční odborné literatuře v souvislosti s tímto tématem pracuje s řadou nových pojmů jako např. hoax nebo fake news, bylo klíčové termíny rozlišit. Obecně ale můžeme říci, že terminologie této problematiky není v odborné literatuře jednotná. Zároveň bylo důležité zasadit dezinformace do širšího společenského, mediálního, politického a ekonomického kontextu.

V praktické části diplomové práce jsem vytvořila databázi falešných zpráv, přičemž jsem vycházela z dat spolků, které na dezinformace v době před prezidentskými volbami upozorňovaly. Údaje získané ze serverů hoax.cz a demagog.cz nakonec využity nebyly a to vzhledem k odlišnému zaměření těchto portálů. V následné analýze falešných zpráv v databázi jsem zjistila, že výrazně dominovaly dezinformace o Jiřím Drahošovi. Nejvíce falešných zpráv se objevilo v lednu 2018, tedy během volebního měsíce. Zároveň bych chtěla poukázat na odlišný charakter dezinformačních zpráv u obou kandidátů. Zatímco v případě Miloše Zemana se zaměřovaly primárně na jeho zdravotní stav, Jiří Drahoš byl v několika dezinformacích vykreslován jako „vítač“ migrantů. Námět dezinformace často čerpaly z palčivých politických témat jako například migrace nebo stavby amerických základů v Česku. V některých případech falešné zprávy sázely na neznalost čtenáře v otázkách fungování českého politického systému. Další charakteristickou vlastností dezinformací v databázi byla „uvěřitelnost“, kdy dezinformátor pozměnil nebo obrátil význam pravdivého tvrzení. Z tohoto důvodu dezinformace působí věrohodně.

Přestože jsem se snažila minimálně odchýlit od teze diplomové práce, v této části jsem musela několik věcí upravit. Jednak jsem rozšířila zkoumané období na dobu dvou měsíců před volbami, tj. prosinec 2017 a leden 2018. Původním plánem bylo zařadit do databáze dezinformace, které se objevily v období mezi 1. a 2. kolem voleb. Nakonec jsem ale došla k závěru, že výsledný obsah databáze by nebyl dostačující. Zároveň jsem zúžila databázi pouze na hlavní falešné zprávy. Vzhledem k charakteru internetu by nebylo možné obsáhnout všechny dezinformace, se kterými Češi ve zkoumaném období přišli do styku. O tom svědčí také skutečnost, že se dezinformace sice na některých serverech opakovaly, ale ani jedna platforma neuváděla všechny falešné zprávy, které jsem zahrnuje do databáze diplomové práce.

V další části empirického výzkumu jsem provedla dotazníkové šetření na základě tzv. příležitostného výběru. Aby výběrový soubor získal na potřebné diverzité, podařilo se mi dotazník rozmístit na web CNN Prima News. Cílem bylo získat odpovědi uživatelů internetu. Přestože jsem nakonec dospěla k závěru, že výběrový soubor neodpovídá vzorku populace, jeho diverzita umožnila provést následnou analýzu. V dotazníkovém šetření jsem zjistila, že informace o obou kandidátech v období před volbami většina dotázaných čerpala hlavně z internetových serverů mediálních domů (např. irozhlas.cz, aktualne.cz), z televize, rozhlasu a tisku. Zároveň většina respondentů uvedla, že sociální sítě používá jako zdroj informací. Oproti tomu alternativní weby (např. aeronet.cz, AC24.cz) sleduje pouze pětina respondentů.

Dále jsem zkoumala vystavení respondentů falešnému narativu, přičemž nejvyšší procento dotazovaných zaznamenalo falešnou zprávu o tom, že voliči Miloše Zemana nemusejí volit v 1. kole voleb, protože do 2. kola postoupí automaticky. V případě Jiřího Drahoše si nejvíce respondentů vybavilo falešnou zprávu o tom, že podepsal výzvu vědců, která vítá migranty. V průměru si respondenti častěji vzpomněli na dezinformace o Jiřím Drahošovi než o Miloši Zemanovi. Do dotazníku jsem zároveň zahrнула pravdivé zprávy. Ty si v průměru vybavilo nejvyšší procento respondentů. V tomto případě ale výpočet průměru může působit zavádějící. Zatímco zprávu o tom, že Miloše Zemana napadla aktivistka z hnutí Femen, zaznamenalo 94 % lidí, na zprávu o mluvčím Hradu, který si do studia pořadu na TV Barrandov donesl fíkus jako náhradu za Jiřího Drahoše, si vzpomnělo pouze 20 % respondentů. Funkci kontrolního vzorce v dotazníkovém šetření plnily takzvané placebo zprávy, tj. falešné zprávy vytvořené za účelem výzkumu. Výsledné odpovědi u těchto úryvků, kdy si zařazené placebo zprávy falešně vybavilo v průměru 38 % respondentů, poukazují na možný syndrom falešné paměti. Je potřeba zdůraznit, že právě toto zjištění mohlo ovlivnit údaje o vystavení skutečným falešným zprávám. Na druhou stranu v tom můžeme vidět potenciál pro další výzkum.

Za další klíčové zjištění výzkumu považuji výsledky o odhalování nepravdivosti falešných výroků. Z dotazníkového šetření vyplývá, že nejvyšší procento respondentů stále věří dezinformaci o tom, že Jiří Drahoš podepsal výzvu vědců vítající migranty a že spolupracoval s StB. V tomto případě jsou zajímavé rozdíly mezi odpověďmi ze skupiny voličů Jiřího Drahoše a skupiny voličů Miloše Zemana, přičemž právě Drahošovi voliči byli v odhalování dezinformací o preferovaném kandidátovi úspěšnější. Samozřejmě klíčovou otázkou zůstává, jaké další faktory mohly v tomto případě sehrát roli.

Vzhledem k malému počtu respondentů bych tyto výsledky vnímala spíše jako podnět pro další výzkum provedený za pomoci statistických metod.

Jako poslední důležité zjištění výzkumu vnímám to, že většina respondentů uvedla, že si zdroj falešné zprávy zpětně nevybaví. Jako druhou nejčastější odpověď zmiňovali dotázaní sociální sítě. Naopak alternativní internetové weby jako zdroj dezinformace uváděli respondenti v menší míře stejně jako televizi, rozhlas, tisk a internetové portály mediálních domů. Z těchto výsledků můžeme odvodit, že dominantní platformou pro šíření dezinformací jsou právě sociální sítě.

SUMMARY

How can disinformation that is spreading in the online environment affect societies? Can fake news play a key role in our political decisions? How is changing journalism after the rise of web 2.0? These are questions that I am challenging in the theoretical part of this diploma thesis. Although to understand the real truth about fake news it is necessary to take a look at some specific cases when the fake news might be critical for society. In this study, I decided to analyze fake news that in the election of 2018 targeted two presidential candidates, Miloš Zeman and Jiří Drahoš. The survey shows that on average 38,1 % of respondents recalled seeing fake news about Jiří Drahoš. Disinformation about Miloš Zeman was recognized by 31,9 % of respondents. Also, on average 37,7 % of people taking the survey recalled seeing a set of placebo fake news headlines that were invented for the purpose of the questionnaire and that never actually circulated in the online environment. This fact suggests that respondents might have been affected by the syndrome of false recall. The other finding suggests that some people still believe in some disinformation narratives about the 2018 presidential elections. In this case, the best ability to identify false headlines was expressed in the group of Jiří Drahoš voters. But only in the subject of fake news that were targeting the candidate they preferred. Unfortunately, given the survey respondent's sample, I suggest this topic for wider analysis with the help of statistical methods. The last goal of the survey was to find the answer to the question if people can identify the source of disinformation. The results show that most people are not able to recall the source. The second-highest percentage of respondents as the source identified social media.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ A LITERATURY

Literatura

- Barclay, D. (2018). Fake news, Propaganda and Plain Old Lies: How to Find Trustworthy Information in the Digital Age. Lanham: Rowman & Littlefield. ISBN 978-1-5381-0889-5.
- Boorstin, D. J. (1992). The Image. A Guide to Pseudo-Events in America. New York: A Division of Random House, Inc. ISBN 0-679-74180-1.
- Cooke, N. A. (2018). Fake News and Alternative Facts. Information Literacy in a Post-Truth Era. Chicago: ALA Editions. ISBN 978-0-8389-1636-0.
- Fallis, D. (2015). What Is Disinformation? Johns Hopkins University Press. Volume 63, Number 3 (s. 401-426). ISSN 1559-0682.
- Ftorek, J. (2010). Public relations a politika: Kdo a jak řídí naše osudy s naším souhlasem. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3376-0.
- Garth, J.; O'Donnell, V. (2019). Propaganda and Persuasion. SAGE Publications, Inc. ISBN 978-1-5063-7134-4.
- Gregor, M.; Vejvodová, P.; Zvol si Info (2018). Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích!!! Brno: CPress. ISBN 978-80-264-1805-4.
- Mlečin, L. M. (2019). КГБ. Председатели органов госбезопасности. Рассекреченные судьбы. Litres. ISBN 9785457076334.
- Moravec, V. (2016). Média v tekutých časech. Academia. ISBN 978-80-200-2572-2.
- Nutil, P. (2018). Média, lži a příliš rychlý mozek. Grada. ISBN 978-80-271-0716-2.
- Pacepa, I. M.; Rychlak, R. (2016). Dezinformace: Tajná strategie Ruska, jak zničit Západ. Praha: BizBooks. ISBN 9780-265-0527-3.
- Pacner, K. (2016). Podivné špionážní hry - Mýty, mystifikace a kuriozity v říši tajných služeb. Plus. ISBN 978-80-259-0590-6.
- Popescu, D. (2012). Political Action in Václav Havel's Thought. The Responsibility of Resistance. Lexington Books. ISBN 978-0-7391-4957-7.
- Stepp, C. S. (2008). Editing for Today's Newsroom. A Guide for Success in a Changing Profession. New York – London: Routledge. ISBN 9780203887219
- Sunstein, C. R. (2009). Going to extremes: how like minds unite and divide. New York: Oxford University Press. ISBN 9780195378016
- Wilson, T. D. (2002). Strangers to ourselves: Discovering the adaptive unconscious. Belknap Press/Harvard University Press. ISBN 9780674009363.
- Zhou, L.; Zhang, D. (2007). An Ontology-Supported Misinformation Model: Toward a Digital Misinformation Library. Systems, Man and Cybernetics, Part A: Systems and Humans, IEEE Transactions 37, No. 5, s. 804-13.

Elektronické zdroje a webové stránky

- Agarwal, A. (2009). Digital Inspiration [online]. Web 3.0 Concepts Explained in Plain English. [cit. 5.10.2020]. Dostupné z: <https://www.dataversity.net/web-3-0-concepts-explained-in-plain-english/>
- Allcott, H.; Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. [online]. Journal of Economic Perspectives. Vol. 31, no. 2, s. 211-236. [cit. 5.10.2020]. Dostupné z: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>
- Altman, A. (2016). Donald Trump's Post-Truth Debate. [online]. TIME [cit. 5.11.2020]. Dostupné z: <https://time.com/4508956/presidential-debate-donald-trump-truth/>
- Bayer, J.; Bitiukova, N.; Bárd, P.; Szakács, J.; Alemanno, A.; Uszkiewicz, E. (2019). Disinformation and propaganda – impact on the functioning of the rule of law in the EU and its Member States. [online]. Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs. Directorate General for Internal Policies of the Union. [cit. 22.9.2020]. Dostupné z: http://aei.pitt.edu/97042/1/disinformation_and_propaganda.pdf
- Bennett, W. L.; Livingston, S. (2018). The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions. [online]. European Journal of Communication 33 (2), s. 122–139. [cit. 5.1.2021]. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323118760317>
- Bernáth, M.; Sattler, R.; Procházková, P.; Kabátová, Š. (2018). Havlův egyptolog, umělá noha, pedofilie a StB. Přehled fake news před prezidentskou volbou. [online]. Lidovky.cz [cit. 5.6.2021]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/domov/konspirace-a-dezinformace-prezidentske-kampane-umela-noha-pedofilie-i-zednarstvi.A180116_110548_in_domov_ELE
- Berners-Lee, T. (1989). Information Management: A Proposal. [online]. CERN [cit. 5.10.2020]. Dostupné z: <https://cds.cern.ch/record/369245/files/dd-89-001.pdf>
- Bohuslavová, R.; Danda, O. (2018). Drahoš: K migrační krizi se vyslovují jasně. Vítač nejsem. [online]. Novinky.cz [cit. 1.3.2021]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/domaci/clanek/drahos-k-migracni-krizi-se-vyslovuji-jasne-vitac-nejsem-40057982>
- Britt, A.; Rouet, J.; Blaum, D.; Millis, K. (2019). A Reasoned Approach to Dealing With Fake News. [online]. Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences 2019, Vol. 6(1), s. 94–101. [cit. 1.3.2021]. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2372732218814855>
- Cejpek, J. (2007). Od informační společnosti ke společnosti znalostí. [online]. Praha: Ústav informačních studií a knihovnictví. [cit. 10.9.2020]. Dostupné z: https://sites.ff.cuni.cz/uisk/wp-content/uploads/sites/62/2016/01/Od-informa%C4%8Dn%C3%AD-spole%C4%8Dnosti-ke-spole%C4%8Dnosti-znalostn%C3%AD_Cejpek.pdf
- Cemper, J. (2018a). Další nechutný útok na Jiřího Drahoše. Někdo mu založil falešný Twitter. [online]. Manipulátoři [cit. 2.5.2021]. Dostupné z:

<https://manipulatori.cz/dalsi-nechutny-utok-jiriho-drahose-nekdo-mu-zalozil-falesny-twitter/>

- Cemper, J. (2018b). Jiří Drahoš si prý měl upravovat svou Wikipedii. Není to pravda. [online]. Manipulátoři [cit. 2.5.2021]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/jiri-drahos-si-pry-mel-upravovat-svou-wikipedii-neni-pravda/>
- Cemper, J. (2018c). Jiří Drahoš se s Angelou Merkelovou setkal jako chemik s chemičkou, nikoliv jako politik s političkou. [online]. Manipulátoři [cit. 2.5.2021]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/jiri-drahos-se-angelou-merkelovou-setkal-jako-chemik-chemickou-nikoliv-jako-politik-politickou/>
- Cemper, J. (2018d). FAKTICKY: Drahoš vítězem v Praze, Zeman všude jinde? Nemusí to tak být. [online]. Manipulátoři [cit. 2.5.2021]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/fakticky-drahos-vitezem-praze-zeman-vsude-jinde-nemusi-byt/>
- Conger, K.; Isaac M.; Frenkel S. (2021). Twitter and Facebook Lock Trump's Accounts After Violence on Capitol Hill. [online]. The New York Times [cit. 7.1.2021]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2021/01/06/technology/capitol-twitter-facebook-trump.html>
- Cover, R. (2007). Inter/aktivní publikum: Interaktivní média, narativní kontrola a revize dějin publika. [online]. Mediální Studia. [cit. 29.10.2020]. Dostupné z: https://medialnistudia.fsv.cuni.cz/front.file/download?file=2007_02_03_preklad.pdf
- Černá, M. (2018). Římský klub? Zeman ho zakládal, Drahoš členem není. EZ zjišťovaly podrobnosti. [online]. EuroZprávy.cz [cit. 2.5.2021]. Dostupné z: <https://eurozpravy.cz/domaci/politika/212973-rimsky-klub-zeman-ho-zakladal-drahos-clenem-neni-ez-zjistovaly-podrobnosti/>
- Člověk v tísni (2019). TÝDNY MEDIÁLNÍHO VZDĚLÁVÁNÍ VRCHOLÍ. [online]. 24.6.2019 [cit. 2.5.2021]. Dostupné z: <https://www.clovekvtisni.cz/tydny-medialniho-vzdelavani-vrcholi-5883gp>
- Čuřík a kol. (2012). Nové trendy v médiích. Online a tištěná média. [online]. Masarykova univerzita. [cit. 29.9.2020]. Dostupné z: <http://www.munimedia.cz/book/1/pdf.pdf>
- ČSÚ (2018). Volba prezidenta republiky - 2018. [online]. 12.4.2018 [cit. 2.5.2021]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/volba-prezidenta-republiky-2018>
- Demagog. O nás. [online]. ©2012-2021 [cit. 28.5.2021]. Dostupné z: <https://demagog.cz/stranka/o-nas>
- DiLascio-Martinuk, T. M. (2017). Fake News: Overview. [online]. Points of View: Fake News. [cit. 28.2.2021]. Dostupné z: <https://txwes.libguides.com/c.php?g=601766&p=6339036>
- Dragoun, R. (2018). Muž, který založil projekt proti dezinformacím: Objeví se zprávy, že Drahoš prodá Hrad Merkelové. [online]. Hospodářské noviny [cit. 9.3.2021]. Dostupné z: <https://domaci.ihned.cz/c1-66019920-muz-ktery-zalozil-projekt-proti-dezinformacim-objevi-se-zpravy-ze-drahos-proda-hrad-merkelove>
- Fallis, D. (2014). A Functional Analysis of Disinformation. [online]. In iConference 2014 Proceedings (s. 621–627). [cit. 15.9.2020]. Dostupné z:

https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/47258/278_ready.pdf?sequence=2

- Galvin, G. (2017). The Globalization of 'Fake News'. Authoritarian leaders around the world have adopted the U.S. president's favorite anti-media phrase. [online]. U.S. News. [cit. 15.11.2020]. Dostupné z: <https://www.usnews.com/news/best-countries/articles/2017-12-30/how-fake-news-charges-spread-around-the-globe>
- Gelfert, A. (2018). Fake News: A Definition. [online]. Informal Logic, 38(1), s. 84–117. [cit. 26.11.2020]. Dostupné z: <https://www.erudit.org/en/journals/informallogic/1900-v1-n1-informallogic04379/1057034ar.pdf>
- Gerber, T.; Zavisca, J. (2016). Does Russian Propaganda Work? [online]. The Washington Quarterly. Vol. 39, issue 2, s. 78-98. [cit. 26.2.2021]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0163660X.2016.1204398>
- Golis, O. (2018). Dezinformace proti Zemanovi: má rakovinu, zradil český národ, jeho voliči nemusí k prvnímu kolu volby. [online]. iRozhlas.cz [cit. 5.6.2021]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/dezinformace-proti-zemanovi_1802100600_ogo
- Grzesiak, M. (2017). Negative implication of post-truth and fake news toward personal brand development. [online]. Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej. [cit. 26.11.2020]. Dostupné z: <https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/14068/Grzesiak%20M.%2C%20MiR%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gu, L.; Kropotov, V.; Jaročkin, F. (2017). The Fake News Machine. How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public. [online]. TrendLabs [cit. 9.1.2021]. Dostupné z: https://documents.trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandists-abuse-the-internet.pdf
- Havel, V. (1978). Moc bezmocných. [online]. [cit. 28.9.2020]. Dostupné z: http://scriptum.cz/soubory/scriptum/%5Bnode%5D/havel_moc-bezmocnych.pdf
- Hendrych, L. (2020). Evropská vize digitální budoucnosti: Regulace internetu, umělá inteligence a sběr dat. [online]. Euractiv.cz [cit. 10.11.2020]. Dostupné z: <https://euractiv.cz/section/digitalni-agenda/linksdossier/evropska-vize-digitalni-budoucnosti-regulace-internetu-umela-inteligence-a-sber-dat/>
- Hirst, M. (2018). The Political Economy of Fake News. [online]. In Navigating Social Journalism. Routledge. [cit. 19.2.2021]. Dostupné z: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/mono/10.4324/9781315401263-5/political-economy-fake-news-martin-hirst>
- Hoax. Kontakt. [online]. ©2000-2021 [cit. 1.6.2021]. Dostupné z: <https://hoax.cz/kontakt/>
- Chatfield, T. (2019). Why we believe fake news. [online]. BBC News [cit. 1.3.2021]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/future/article/20190905-how-our-brains-get-overloaded-by-the-21st-century>

- Jiří Drahoš [b.r.] Pravda, aneb vyvrácené pomluvy. [online]. [cit. 10.5.2021]. Dostupné z: <https://www.jiridrahos.cz/pravda-aneb-vyvracene-pomluvy/>
- Jonák, Z. (2003). Informační společnost. KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV) [online]. Praha: Národní knihovna ČR. [cit. 10.9.2020]. Dostupné z: https://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000000468&local_base=KTD
- Kabátová, Š. (2018). PŘEHLEDNĚ: Je Drahoš ‚vítač‘? Co kdy přesně řekl o uprchlících a kvótách. [online]. Lidovky.cz [cit. 12.5.2021]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/domov/prehledne-je-drahos-vitac-co-kdy-presne-rekl-o-uprchlicich-a-kvotach.A180118_105413_In_domov_sk
- Kabátová, Š.; Gibiš, V.; Sattler, R. (2018). VIDEO: Zeman je Putinova coura, křičela polonahá sextremistka Femen. Ochranka prezidenta odvedla. [online]. Lidovky.cz [cit. 12.5.2021]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/domov/v-zemanove-volebni-se-svkekla-udajne-aktivistku-hnuti-femen-zemana-ochranka-odvedla-zenu-zadrzela.A180112_150231_In_domov_gib
- Karlova, N.; Fisher, K. (2013). A social diffusion model of misinformation and disinformation for understanding human information behaviour. [online]. The Information School, University of Washington, Seattle, WA 98195. [cit. 12.9.2020]. Dostupné z: <http://informationr.net/ir/18-1/paper573.html#.YPiLIJMzZQI>
- Karlsen, R.; Steen-Johnsen, K.; Wollebæk, D.; Enjolras, B. (2017). Echo chamber and trench warfare dynamics in online debates. [online]. European Journal of Communication 2017, Vol. 32(3), s. 257–273. [cit. 2.3.2021]. Dostupné z: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5482382/pdf/10.1177_0267323117695734.pdf
- Khaldarova, I.; Pantti M. (2016). Fake News. The narrative battle over the Ukrainian conflict. [online]. Journalism Practice, vol. 10. Issue 7: The Future of Journalism: Risks, threats and opportunities. Guest edited by Stephen Cushion, Janet Harris and Richard Sambrook. [cit. 2.2.2020]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2016.1163237>
- Kshetri, N.; Voas, J. (2017). The Economics of “Fake News”. [online]. IT Professional, vol. 19, issue 6, s. 8-12. [cit. 22.2.2021]. Dostupné z: <https://ieeexplore.ieee.org/document/8123490>
- Lacko, D. (2016). Skupinová polarizace: Proč se společnost radikalizuje? [online]. Psychologický ústav FFMU, Brno. [cit. 2.3.2021]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/publication/1331114/447-skupinova-polarizace-proc-se-spolecnost-radikalizuje.pdf>
- Lazer, D.; Baum, M.; Grinberg, N.; Friedland, L.; Joseph, K.; Hobbs, W.; Watts, D. (2017). Combating Fake News – Agenda for Research. [online]. Harvard Kennedy School. [cit. 2.12.2020]. Dostupné z: <https://shorensteincenter.org/combating-fake-news-agenda-for-research/>
- Lewandowsky, S.; Stritzke, W.; Freund, A.; Oberauer, K.; Krueger, J. (2013). ‘Misinformation, disinformation, and violent conflict: From Iraq and the “War on

- Terror” to future threats to peace,’ [online]. American Psychologist, Vol 68(7), s. 487-501. [cit. 20.9.2020]. Dostupné z: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24128313/>
- Manipulátoři [b.r.] O projektu. [online]. [cit. 7.5.2021]. Dostupné z: <https://manipulatori.cz/o-projektu/>
 - Manipulátoři (2018). Dalších 5 HOAXů šířících se o Jířím Drahošovi. [online]. 23.1.2018 [cit. 7.3.2021]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20180128183056/http://manipulatori.cz/dalsich-5-hoaxu-siricich-se-jirim-drahosovi/>
 - Margolin, J.; Bruggeman, L. (2021). Months ahead of Capitol riot, DHS threat assessment group was gutted: Officials. [online]. ABC News [cit. 7.3.2021]. Dostupné z: <https://abcnews.go.com/US/months-ahead-capitol-riot-dhs-threat-assessment-group/story?id=75155673>
 - Marshall, P. (2019). What is fake news, what are the worst examples and why does it matter? [online]. ITV News [cit. 27.9.2020]. Dostupné z: <https://www.itv.com/news/2019-02-18/fake-news-examples-pope-trump-pizzagate-clinton>
 - MediaGuru (2017). Proti dezinformacím už vzniklo několik webů [online]. 18.5.2017 [cit. 7.5.2021]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/05/proti-dezinformacim-uz-vzniklo-nekolik-webu/>
 - MediaGuru (2021). Průzkum: Dezinformacím o covidu věří 40 % online populace. [online]. 3.3.2021 [cit. 7.6.2021]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/03/pruzkum-dezinformacim-o-covidu-veri-40-online-populace/>
 - Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy (2019). VZNIKLA NOVÁ POMŮCKA PRO UČITELE K MEDIÁLNÍ VÝCHOVĚ. [online]. 29.5.2019 [cit. 7.6.2021]. Dostupné z: <https://www.msmt.cz/vznikla-nova-pomucka-pro-ucitele-k-medialni-vychove>
 - Ministerstvo vnitra. Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám. [online]. ©2021 [cit. 7.6.2021]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/clanek/dezinformacni-kampane-dokumenty-a-odkazy-dokumenty-a-odkazy.aspx>
 - Mitra, R. (2020). What is Web 3.0? The Evolution of the Internet. [online]. Blockgeeks [cit. 25.10.2020]. Dostupné z: <https://blockgeeks.com/guides/web-3-0/>
 - Mohdin, A. (2019). Jim Acosta: 'This is a dangerous time to tell the truth in America'. CNN correspondent tells Oxford Union he won't roll over when faced with Donald Trump's fake news rhetoric. [online]. The Guardian [cit. 10.11.2020]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/us-news/2019/feb/01/jim-acosta-cnn-donald-trump-fake-news-dangerous-time-tell-truth-america>
 - Modreanu, S. (2017). The Post-Truth Era? [online]. HSS, vol. VI, No. 3, s. 7-9. [cit. 10.11.2020]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/320847825_The_Post-Truth_Era

- Newman, N.; Fletcher, R.; Kalogeropoulos, A.; Levy, D. A. L.; Nielsen, R. K. (2018). Digital News Report 2018. [online]. Oxford, UK: Reuters Institute for the Study of Journalism. [cit. 10.1.2021]. Dostupné z: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf>
- Newman, N.; Fletcher, R.; Kalogeropoulos, A.; Nielsen, R. K. (2019). Digital News Report 2019. [online]. Oxford, UK: Reuters Institute for the Study of Journalism. [cit. 10.1.2021]. Dostupné z: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf
- Newman, N.; Fletcher, R.; Schulz, A.; Andi S.; Nielsen, R. K. (2020). Digital News Report 2020. [online]. Oxford, UK: Reuters Institute for the Study of Journalism. [cit. 10.1.2021]. Dostupné z: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf
- Nougayrède, N. (2018). In this age of propaganda, we must defend ourselves. Here's how. [online]. The Guardian [cit. 27.9.2020]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jan/31/propaganda-defend-russia-technology>
- Ognyanova K.; Lazer D.; Robertson R. E.; Wilson Ch. (2020). Misinformation in action: Fake news exposure is linked to lower trust in media, higher trust in government when your side is in power. [online]. The Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review, Volume 1, Issue 4. [cit. 12.1.2021]. Dostupné z: <https://misinforeview.hks.harvard.edu/wp-content/uploads/2020/06/Misinformation-in-action-Ognyanova-et-al-2020.pdf>
- O'Reilly, T. (2005). What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. [online]. [cit. 12.10.2020]. Dostupné z: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>
- Oxenham, S. (2019). 'I was a Macedonian fake news writer'. [online]. BBC News [cit. 15.2.2021]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/future/article/20190528-i-was-a-macedonian-fake-news-writer>
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. [online]. On the Horizon. NCB University Press, Vol. 9, No. 5 [cit. 15.9.2020]. Dostupné z: http://educ116effl1.pbworks.com/f/prensky_digital%20natives.pdf
- PSSI. O nás. [online]. ©2011-2021 [cit. 9.5.2021]. Dostupné z: <https://www.pssi.cz/about-us>
- Rekonstrukce státu (2018). Dezinformační web Aeronet rozšiřuje fámy o výzvě Mantinely demokracie. [online]. 18.1.2018 [cit. 9.5.2021]. Dostupné z: <https://www.rekonstrukcestatu.cz/archiv-novinek/11972-dezinformacni-web-aeronet-rozsiruje-famy-o-vyzve-mantinely-demokracie>
- Tandoc, E. C.; Zheng W. L.; Ling R. (2017). Defining 'Fake News.' [online]. Digital Journalism 6 (2), s. 137–53. [cit. 9.1.2021]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2017.1360143>

- Taylor, A. (2016). Before ‘fake news,’ there was Soviet ‘disinformation’. [online]. The Washington Post [cit. 10.9.2020]. Dostupné z: <https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2016/11/26/before-fake-news-there-was-soviet-disinformation/>
- Trump Twitter Archive [b.r.] Personal Superlatives. [online]. [cit. 11.10.2021]. Dostupné z: <http://www.trumptwitterarchive.com/>
- Tsfati Y.; Boomgaarden H. G.; Strömbäck, J.; Vliegenthart R.; Damstra A.; Lindgren, E. (2020) Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: literature review and synthesis. [online]. Annals of the International Communication Association, 44:2, s. 157-173. [cit. 10.1.2021]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/23808985.2020.1759443?needAccess=true>
- Tuominen, K.; Savolainen, R. (1997). A social constructionist approach to the study of information use as discursive action. [online]. In Unknown host publication. [cit. 11.9.2020]. Dostupné z: <https://researchportal.helsinki.fi/en/publications/a-social-constructionist-approach-to-the-study-of-information-use>
- Sattler, R. (2018). Ovčáček přišel k Soukupovi s fíkusem. Prý přinesl adekvátní náhradu za Drahoše. [online]. Lidovky.cz [cit. 12.6.2021]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/domov/ovcacek-prisel-k-soukupovi-s-fikusem-prinesl-jsem-adekvatni-nahradu-za-draho-se-rekl.A180102_212514_in_domov_rsa
- Silverman, C. (2016). This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook. [online]. BuzzFeed [cit. 27.9.2020]. Dostupné z: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>
- Silverman, C.; Alexander, L. (2016). How Teens in the Balkans Are Duping Trump Supporters with Fake News. [online]. BuzzFeed [cit. 2.2.2021]. Dostupné z: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/how-macedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo>
- Sluková, P. (2007). Informace a komunikace. Verze 1.0. [online]. Ústav informačních studií a knihovnictví FF UK v Praze. [cit. 15.9.2020]. Dostupné z: https://sites.ff.cuni.cz/uisk/wp-content/uploads/sites/62/2016/01/Informace-a-komunikace_Slukov%C3%A1.pdf
- Smith, A. (2020). ZUCKERBERG CRITICISES TWITTER AFTER IT FACT-CHECKS TRUMP TWEETS, SAYING IT SHOULDN'T BE 'ARBITER OF TRUTH'. [online]. Independent [cit. 22.10.2020]. Dostupné z: <https://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/trump-twitter-fact-check-mark-zuckerberg-jack-dorsey-a9536051.html>
- Spivack, N. (2007). Making Sense of the Semantic Web. [online]. [cit. 22.10.2020]. Dostupné z: <https://docs.google.com/presentation/d/1LN4oOuZe72jpmkml4en5Af5yS3LVyXVaqUeFQnf5SOc/embed?slide=id.i0>


- Stoniš, M. (2018). Jiří Drahoš: Chci hájit demokracii, pravdu, rozum a úctu k lidem. [online]. Reflex [cit. 22.5.2021]. Dostupné z: <https://www.reflex.cz/clanek/volby-prezidentske-volby-2018/84401/jiri-drahos-chci-hajit-demokracii-pravdu-rozum-a-uctu-k-lidem.html>
- Syrovátka, J.; Hroch, J. (2018). České volby v éře dezinformací. Prezidentské volby 2018. [online]. PSSI [cit. 12.5.2021]. Dostupné z: https://www.pssi.cz/download//docs/8406_502-prezidentske-volby-2018-analysis-cj.pdf
- Šalounová, K.; Vlčková, D. (2021). Volby přinesou vlnu dezinformací. Hoaxy budou podle expertů zmiňovat hlavně Piráty, covid a migranty. [online]. ČT24 [cit. 12.5.2021]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/specialy/newsroom-ct24/3325526-volby-prinesou-vlnu-dezinformaci-hoaxy-budou-podle-expertu-zminovat>
- Šenkýř, J. (2019). Budeme regulovat audiovizuální mediální služby? [online]. Pracovní skupina pro sociální otázky při České biskupské konferenci. [cit. 22.10.2020]. Dostupné z: <https://www.socialninauka.cz/stanoviska/budeme-regulovat-audiovizualni-medialni-sluzby-jiri-senkyr>
- Walker, S. (2017). Russian troll factory paid US activists to help fund protests during Election. [online]. The Guardian [cit. 22.2.2021]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/world/2017/oct/17/russian-troll-factory-activists-protests-us-election>
- Wardle, C.; Derakhshan, H. (2017). INFORMATION DISORDER: Toward an interdisciplinary Framework for research and policy making. [online]. Council of Europe. [cit. 22.9.2020]. Dostupné z: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>
- Wilson, D. W.; Lin, X.; Longstreet, P.; Sarker, S. (2011). Web 2.0: A Definition, Literature Review, and Directions for Future Research. [online]. AMCIS 2011 Proceedings - All Submissions. Paper 368. [cit. 22.10.2020]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/220892879_Web_2_0_A_Definition_Literature_Review_and_Directions_for_Future_Research
- Winitzer, J. (2017). Jak čelit migraci a teroru? Z uchazečů o Hrad u čtenářů vyhrál Drahoš. [online]. iDnes.cz [cit. 2.5.2021]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/volby/otazka-pro-prezidenta-hrad-migrace-terorismus-drahos.A170622_114511_domaci_jw
- Winitzer, J. (2018). Přehled: Od letáku ve schránce po agenta StB. Dezinformace v prezidentské volbě na jednom místě. [online]. Aktuálně.cz [cit. 2.5.2021]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/od-letaku-po-clenstvi-v-stb-dezinformace-prezidentska-volba/r~a3459c26fb7911e7afac0cc47ab5f122/v~sl:81aad9778acd7dcde805a6a79e992483/>
- Zimmermann, F.; Kohring, M. (2020). Mistrust, Disinforming News, and Vote Choice: A Panel Survey on the Origins and Consequences of Believing Disinformation in the

2017 German Parliamentary Election. [online]. Political Communication, vol. 37. Issue 2: Beyond Fake News: The Politics of Disinformation. [cit. 22.1.2021]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10584609.2019.1686095>

- Zurcher, A. (2020). Trump signs executive order targeting Twitter after fact-checking row. [online]. BBC News [cit. 22.10.2020]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/technology-52843986>

TEZE DIPLOMOVÉ PRÁCE

SCHVÁLENO

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Stomatová Darja	Razítko podatelny: 
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2015	
E-mail diplomantky/diplomanta: darja.stomatova@gmail.com	
Studijní obor/forma studia: Žurnalistika, navazující magisterské/prezenční	
Předpokládaný název práce v češtině: Dezinformace v éře digitální žurnalistiky	
Předpokládaný název práce v angličtině: Disinformation in the era of digital journalism	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezí) LS 2018/2019	
Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):	
<p>Slovem roku se podle Collinsova výkladového slovníku loni stalo anglické spojení 'fake news' označující falešné zprávy (Collins, 2017). Dezinformace se ve snaze ovlivňovat veřejné mínění denně šíří kyberprostorem a jsou někdy natolik přesvědčivé, že mohou pronikat do zpravodajství seriózních médií a nejsou výjimkou ale spíše pravidlem charakterizujícím současnou (post)pravdivou dobu. Dezinformace vytváří pseudorealitu, která se v očích příjemce zdá být mnohem reálnější než skutečnost. Stále více se blížíme světu, ve kterém jsou naše přesvědčení formována nikoli fakty ale pseudorealitou vytvářenou dezinformacemi. Podle Boorstina jsou pseudoudálosti dílem společnosti, neboť jsou nenasytnou poptávkou po informacích. Pseudoudálosti jsou dramatičtější a atraktivnější než události spontánní, a tuto poptávku pak dokážou naplnit (1992). Dezinformační praktiky se používaly ještě před nástupem síťových digitálních médií. Přesto právě digitální sítě disponují vlastnostmi, které umožňují rychlé a jednoduché vytváření, a sdílení falešných zpráv. S nástupem internetu navíc žurnalistika čelí regulačnímu paradoxu – přísné regulace, kterým podléhají tradiční média, se na nová média nevztahují. A zatímco představitelé novinářské profese se řídí psanými i nepsanými etickými normami, nový typ sociálního aktéra tzv. produčivatel – hybrid pasivního konzumenta a aktivního tvůrce mediálního obsahu – nepodléhá vnitřním ani vnějším regulacím. Doba konvergentních médií tak nabízí nebyvalé možnosti nekontrolovaně šířit dezinformace v prostředí webu 2.0 a sociálních sítí (Moravec, 2016). Falešné zprávy a hoaxy se stávají nástrojem ekonomického zisku i politických manipulací.</p> <p>Akademikům se podařilo tuto problematiku poměrně dobře zmapovat, a to hlavně kvůli nebyvalému šíření dezinformací namířených proti kandidátkám Hillary Clintonové a Donaldu Trumpovi během posledních prezidentských voleb ve Spojených státech.</p>	

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):

Stěžejním cílem předpokládané diplomové práce bude prozkoumat a následně analyzovat aktuální problematiku dezinformací, falešných zpráv a hoaxů šířících se v prostředí webu 2.0 a sociálních sítí. Nejprve se pokusím o vymezení klíčových pojmů a zasazení dané problematiky do mediálního, politického a ekonomického kontextu, a zaměřím se i na proměnu tohoto fenoménu v souvislosti s digitalizací společnosti a konvergencí mediální krajiny. Zajímá mne také bude problém regulačního paradoxu i vliv fenoménu falešných zpráv na společnost a veřejné mínění. Poslední průzkum agentury STEM totiž ukázal, že informacím na dezinformačních webech věří 25,5 % české populace a 24,5 % věří alternativním (dezinformačním) médiím více než těm tradičním (Evropské hodnoty, 2016).

V další části diplomové práce budu dezinformace zkoumat na konkrétním případě. Zaměřím se na hoaxy a falešné zprávy, které kolovaly kolem prezidentských kandidátů – Jiřího Drahoše a Miloše Zemana – v době před druhým kolem letošních prezidentských voleb. Cílem bude nejen vytvořit maximálně kompletní databázi dezinformací, které se o těchto prezidentských kandidátech šířily webem 2.0 a sociálními sítěmi, ale i dotazníkové online šetření, které pomůže blíže objasnit výskyt tohoto fenoménu v českém prostředí.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

Úvod

1. **Teoretická část** (vymezení problematiky v širším kontextu)
2. **Metodika** (vymezení použité metody)
3. **Empirická část** (aplikace vymezené metody v praxi)
4. **Analýza a interpretace výsledků**
5. **Závěr**

Vymezení podkladového materiálu (např. titul periodika a analyzované období):

Součástí předpokládané diplomové práce bude maximálně ucelená databáze falešných zpráv o kandidátech – Jiřím Drahošovi a Miloši Zemanovi – do letošních přímých prezidentských voleb. Být v úvahu budu pouze ty dezinformace, které kolovaly prostředím webu 2.0 a vybraných sociálních sítí (Facebook a Twitter) v období mezi prvním a druhým kolem, neboť jejich výskyt byl v tomto období nejčastější. Vodítkem mi poslouží analýzy, které provádí české servery zaměřené na vyvrácení politických hoaxů a polopравd (např. manipulatoři.cz, demagog.cz, hoax.cz, projekt kremlin watch, popravdě a další).

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Dezinformace budu sbírat z vybraných sociálních sítí – zaměřím se jednak na Facebook, neboť se jedná o nejpoužívanější sociální síť v České republice a dále pak Twitter. Tato platforma má totiž své specifické místo v české politice. Dezinformace dále budu získávat i ze známých dezinformačních webů a blogů (např. Aeronet, AC24, Protiproud nebo Parlamentní listy), neboť právě ony jsou často původcem těchto falešných zpráv a hoaxů. Zajímá mne budou i řetězové emaily jako forma šíření dezinformací

mezi spoluobčany. Monitorováním řetězových emailů se pak zabývá například český server popravdě.cz. Vodítkem k vytvoření ucelené databáze mi také poslouží české weby, které se zaměřují na upozorňování a vyvracení nejstěžejnějších dezinformací šířících se v České republice (např. manipulátoři.cz, demagog.cz, hoax.cz či projekt kremlin watch a další). Tuto databázi následně zhodnotím metodou obsahové analýzy. Následně provedu online dotazníkové šetření na vzorku populace. Domnívám se, že zatímco první sekce praktické části této diplomové práce pomůže zanalyzovat podobu dezinformací, dotazníkové šetření ukáže, jak ony dezinformace vnímají obyvatelé a jak na ně působí. Anonymní dotazníkové šetření bude obsahovat několik okruhů otázek – v prvním okruhu se zaměřím na informativní údaje respondentů (věk, pohlaví, místo bydliště, dosažené vzdělání, politická orientace); ve druhém okruhu se budu zajímat, odkud respondenti čerpali informace o prezidentských volbách (včetně času stráveném čtením, posloucháním a díváním se na dané zprávy na sociálních sítích i v tradičních médiích); a nakonec do dotazníkového šetření zařadím několik příkladů titulků zpráv, které se v období mezi prvním a druhým kolem prezidentských voleb šířily. Bude se jednat o náhodně vybrané dezinformace z vytvořené databáze, prokazatelně pravdivé novinové titulky publikované ve stejném časovém období a takzvané placebo titulky, které si sama vymyslím. Podle H. Alcotta a M. Gentzkow dané placebo zprávy pomohou kontrolovat syndrom falešné paměti u respondentů (2017). U každého titulků se pak respondentů zeptám na několik otázek, tak abych zjistila, zda respondent/ka titulek v období voleb zahlédl/a, a zda ho považuje za pravdivý nebo nepravdivý. Výsledky dotazníkového šetření nakonec podrobím interpretaci.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

ALCOTT, Hunt a GENTZKOW, Matthew. *Social Media and Fake News in the 2016 Election*. Journal of Economic Perspective, Vol. 31, Spring 2017. (Studie analyzuje šíření dezinformací během předvolební kampaně prezidentských voleb ve Spojených státech o kandidátech Hillary Clintonové a Donaldu Trumpovi. Autoři nabízejí teoretický rámec fenoménu falešných zpráv a v praktické části zkoumají problematiku metodou online dotazníkového šetření.)

BERMAN, N. *The victims of fake news*. Columbia Journalism Review. 56, 2, 60-67, 2017. Databáze: EBSCO Publishing Citations. (Studie se zabývá vlivem dezinformací na společnost. Uvádí několik konkrétních příkladů, kdy falešné zprávy měly větší společenský dosah. Zmiňuje například americkou předvolební kauzu Pizzagate conspiracy.)

BOORSTIN, Daniel J. *The image: a guide to pseudo-events in America*. New York: Vintage Books, 1992. 319 s. ISBN 06-797-4180-1. (Autor představuje koncepty pseudoreality a pseudoudálosti. Tou míní událost, která je zinscenovaná pro média a bez jejich existence by se nestala.)

GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news, dezinformacích a manipulacích*. Brno: CPRESS, 2018. (Kniha vznikla jako iniciativa studentů Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity. Autoři pojednávají o historii fenoménu falešných zpráv, dezinformací a alternativních faktů. Kniha obsahuje rady, jak se záplavou informací v dnešní době nenechat pohltnout a zmanipulovat, a přemýšlet kriticky.)

GU, Lion; KROPOTOV a Vladimír; YAROCKIN. *The Fake News Machine: How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public*. Trendlabs research paper, Trend Micro, 2017. (Studie hodnotí problematiku dezinformací z pohledu ekonomiky – pojednává o trhu s falešnými zprávami.)

Autoři také analyzují metody a techniky používané producentem dezinformací k šíření falešných zpráv a manipulování s veřejnými cíli kvůli různým motivům.)

MARWICK, Alice a LEWIS, Rebecca. *Media Manipulation and Disinformation Online*. New York: Data and Society, 2017. (Rozsáhlá studie pojednává o manipulacích a dezinformacích v prostředí webu 2.0 a sociálních sítí. Empirická část analýzy obsahuje čtyři případové studie dezinformací z období před americkými prezidentskými volbami 2016.)

MORAVEC, Václav. *Média v tekutých časech: Konvergence audiovizuálních médií v ČR*. Praha: Academia, 2016. (Autor pojednává o transformaci mediální krajiny v souvislosti s třetí etapou digitální mediamorfózy. Nastihuje vybrané důsledky této proměny v českém prostředí a přibližuje změny v chování uživatelů audiovizuálních médií.)

RADFORD, Benjamin a BARTHOLOMEW, Robert. *Hoaxes, Myths, and Manias: Why We Need Critical Thinking*. New York: Prometheus Books, 2003. (Studie se věnuje fenoménu vzniku mýtů a fám, a jejich rozdílným vnímáním v rámci kultur. Autor hovoří o nejznámějších fámách z různých částí světa, které se zapsaly do historie, a řeší otázku toho, jak vznikaly, jak se šířily a co bylo příčinou jejich osvojení.)

TANDOC, Jr. Edson C. a SKORIC, Marko M. *The pseudo-events paradox: how pseudo-events flood the Philippine press and why journalists don't recognize it*. *Asian Journal of Communication*. 20, 1, 33-50, Mar. 2010. Databáze: EBSCO Publishing Citations. (Studie aplikuje Boorstinův koncept pseudoudálostí na Filipínská média. Autoři dochází k závěru, že existuje jakýsi paradox – zatímco podle dotázaných novinářů mají spontánní události větší šanci na publikování, Tandoc a Skoric přišli na to, že pseudoudálosti v médiích převažují nad těmi spontánními.)

VARGO, Chris J., GUO, L a AMAZEEN, Michelle A. *The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016*. *New Media & Society*. 20, 5, 2028-2049, 2018. Databáze: EBSCO Publishing Citations. (Studie zkoumá schopnost dezinformací nastolovat agendu ve společnosti. Autoři analyzují americká online média v období mezi roky 2014 a 2016.)

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

SEIDLOVÁ, Tereza. *Vybrané problémy českých médií a novinářské profese na příkladu pronikání smyšlených událostí a recesistických obsahů do zpravodajství*. Praha, 2014. 200 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Mgr. Markéta Škodová.

Datum / Podpis studenta/ky

20. 5. 2018

...

--

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

Jirků Jan

21. května 2018

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

.....
Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PRŮSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VE VÁZAT DO OBOU VÝTISKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Dotazník

Dezinformace v éře digitální žurnalistiky

Chcete-li zúčastnit, označte prosím možnost "**souhlasím**". Tímto krokem se dostanete k samotnému dotazníku. Označením souhlasu potvrzujete účast v dotazníku, že jste starší 18 let a že souhlasíte s výše popsanými pravidly sběru a uchovávání dat.

1 Souhlasíte s účastí v dotazníkovém šetření?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- souhlasím nesouhlasím

Charakteristika respondenta

V první části dotazníku vás poprosím vyplnit několik otázek o vaší osobě.

2 Jaké je vaše pohlaví?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- žena muž

3 Kolik vám je let?

4 Jaké je vaše nejvýše dosažené vzdělání?

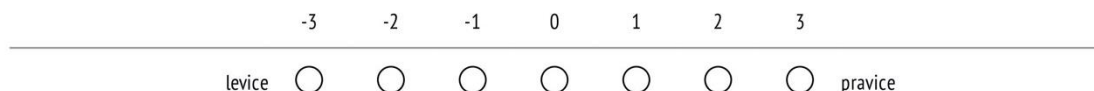
Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- základní středoškolské vzdělání ukončené učňovskou zkouškou středoškolské vzdělání ukončené maturitou vyšší odborné
- vysokoškolské (Bc., Mgr., Ing...)

Politický a mediální profil respondenta

5 V politice se někdy hovoří o pravici a levici. Kam byste se sám/sama zařadil/a na této stupnici?
* (odpovězte potažením posuvníku na škále)

Nápověda k otázce: (- 3 levice, 0 střed, + 3 pravice)



6 Jakého kandidáta jste volil/a v 2. kole prezidentských voleb roku 2018?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Miloš Zeman Jiří Drahoš nevolil/a jsem

7 Používáte jako zdroj informací sociální sítě jako například Facebook, Twitter, Instagram atd.?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano ne

8 Sledujete portály jako jsou např. Aeronet, Sputnik CZ, Protiproud, Parlamentní listy, AC24?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano ne

9 Vzpomeňte si na dobu před prezidentskými volbami roku 2018. Odkud jste HLAVNĚ čerpal/a informace o prezidentských kandidátech?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- TV, rozhlas a tisk z internetových serverů mediálních domů (irozhlas.cz, aktualne.cz..) z alternativních mediálních serverů (aeronet.cz, AC24.cz..) ze sociálních sítí (Facebook, Twitter...)

V této části na vás čeká **10 KRÁTKÝCH ZPRÁV** o prezidentských kandidátech Miloši Zemanovi a Jiřím Drahošovi, které se v českém informačním prostředí šířily v období před volbami. Odpovězte prosím na níže uvedené otázky.

JIŘÍ DRAHOŠ ODMÍTL ÚČAST V POŘADU ARÉNA JAROMÍRA SOUKUPA NA TV BARRANDOV KVŮLI ÚČASTI MLUVČÍHO HRADU JIŘÍHO OVČÁČKA. TEN DO STUDIA PŘIŠEL S FÍKUSEM JAKOŽTO "ADEKVÁTNÍ" NÁHRADOU ZA JIŘÍHO DRAHOŠE.

10 Zaznamenal/a jste tuto informaci v období kolem prezidentských voleb 2018?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

ano ne

11 Považujete zprávu za pravdivou?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

ano ne

12 Vzpomenete si, kde jste tuto zprávu prvně zaregistroval/a? (Prosím vyplňte pouze v případě, že jste zprávu zaznamenal/a)

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

televize, rozhlas, tisk internetové servery mediálních domů (irozhlas.cz, aktualne.cz...) alternativní internetové servery (aeronet.cz, AC24.cz...) sociální sítě
 nevzpomenou si

JIŘÍ DRAHOŠ PODEPSAL VÝZVU VĚDCŮ, KTERÁ VÍTÁ MIGRANTY.

13 Zaznamenal/a jste tuto informaci v období kolem prezidentských voleb 2018?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

ano ne

14 Považujete zprávu za pravdivou?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

ano ne

15 Vzpomenete si, kde jste tuto zprávu prvně zaregistroval/a? (Prosím vyplňte pouze v případě, že jste zprávu zaznamenal/a)

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- televize, rozhlas, tisk
 nevpomenul/a si
- internetové servery mediálních domů (irozhlas.cz, aktualne.cz...)
- alternativní internetové servery (aeronet.cz, AC24.cz...)
- sociální sítě

MILOŠE ZEMANA VE VOLEBNÍ MÍSTNOSTI V PRAŽSKÝCH LUŽINÁCH, KAM PŘIŠEL PREZIDENT VOLIT V PRVNÍM VOLEBNÍM KOLE, NAPADLA DO PŮL TĚLA SVLEČENÁ AKTIVISTKA UKRAJINSKÉHO HNUTÍ FEMEN.

16 Zaznamenal/a jste tuto informaci v období kolem prezidentských voleb 2018?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano ne

17 Považujete zprávu za pravdivou?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano ne

18 Vzpomenete si, kde jste tuto zprávu prvně zaregistroval/a? (Prosím vyplňte pouze v případě, že jste zprávu zaznamenal/a)

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- televize, rozhlas, tisk
 nevpomenul/a si
- internetové servery mediálních domů (irozhlas.cz, aktualne.cz...)
- alternativní internetové servery (aeronet.cz, AC24.cz...)
- sociální sítě

JIRÍ DRAHOŠ ZALOŽIL ŘÍMSKÝ KLUB, TEDY ORGANIZACI ILUMINÁTŮ, JEJÍMŽ CÍLEM JE NASTOLENÍ NOVÉHO SVĚTOVÉHO ŘÁDU.

19 Zaznamenal/a jste tuto informaci v období kolem prezidentských voleb 2018?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano ne

20 Považujete zprávu za pravdivou?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano ne

21 Vzpomenete si, kde jste tuto zprávu prvně zaregistroval/a? (Prosím vyplňte pouze v případě, že jste zprávu zaznamenal/a)

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- televize, rozhlas, tisk internetové servery mediálních domů (irozhlas.cz, aktualne.cz...) alternativní internetové servery (aeronet.cz, AC24.cz..) sociální sítě
- nevzpomenul/a si

PŘÍZIVCI MILOŠE ZEMANA NEMUSEJÍ VOLIT V PRVNÍM KOLE VOLEB, PROTOŽE ZEMAN DO DRUHÉHO KOLA POSTOUPÍ AUTOMATICKY.

22 Zaznamenal/a jste tuto informaci v období kolem prezidentských voleb 2018?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano ne

23 Považujete zprávu za pravdivou?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano ne

24 Vzpomenete si, kde jste tuto zprávu prvně zaregistroval/a? (Prosím vyplňte pouze v případě, že jste zprávu zaznamenal/a)

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- televize, rozhlas, tisk internetové servery mediálních domů (irozhlas.cz, aktualne.cz...) alternativní internetové servery (aeronet.cz, AC24.cz..) sociální sítě
- nevzpomenul/a si

BĚHEM FINÁLNÍ PŘEDVOLEBNÍ DEBATY NA ČT V PRAŽSKÉM RUDOLFINU MILOŠ ZEMAN ZAVRÁVORAL A MÁLEM UPADL PŘÍMO BĚHEM TELEVIZNÍHO PŘENOSU. OD PÁDU NA ZEM HO ZACHRÁNILO, ŽE SE STIHL ZACHYTIT KŘESLA. INCIDENT PODPOŘIL SPEKULACE O ŠPATNÉM ZDRAVOTNÍM STAVU PREZIDENTA.

25 Zaznamenal/a jste tuto informaci v období kolem prezidentských voleb 2018?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

ano ne

26 Považujete zprávu za pravdivou?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

ano ne

27 Vzpomenete si, kde jste tuto zprávu prvně zaregistroval/a? (Prosím vyplňte pouze v případě, že jste zprávu zaznamenal/a)

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

televize, rozhlas, tisk internetové servery mediálních domů (irozhlas.cz, aktualne.cz...) alternativní internetové servery (aeronet.cz, AC24.cz...) sociální sítě
 nevzpomenou si

JIŘÍ DRAHOŠ PROHLÁSIL, ŽE V PŘÍPADĚ SVÉHO VÍTĚZSTVÍ V PREZIDENTSKÝCH VOLBÁCH JEDNOZNAČNĚ PODPOŘÍ ZÁKON O ADOPCI DĚTÍ HOMOSEXUÁLNÍMI PÁRY.

28 Zaznamenal/a jste tuto informaci v období kolem prezidentských voleb 2018?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

ano ne

29 Považujete zprávu za pravdivou?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

ano ne

30 Vzpomenete si, kde jste tuto zprávu prvně zaregistroval/a? (Prosím vyplňte pouze v případě, že jste zprávu zaznamenal/a)

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- televize, rozhlas, tisk internetové servery mediálních domů (irozhlas.cz, aktualne.cz..)
- alternativní internetové servery (aeronet.cz, AC24.cz..) sociální sítě
- nevzpomenul/a si

MILOŠ ZEMAN MÁ UMĚLOU NOHU, NEBOŤ TA JEHO MU MUSELA BÝT KVŮLI CUKROVCE AMPUTOVÁNA.

31 Zaznamenal/a jste tuto informaci v období kolem prezidentských voleb 2018?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano ne

32 Považujete zprávu za pravdivou?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano ne

33 Vzpomenete si, kde jste tuto zprávu prvně zaregistroval/a? (Prosím vyplňte pouze v případě, že jste zprávu zaznamenal/a)

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- televize, rozhlas, tisk internetové servery mediálních domů (irozhlas.cz, aktualne.cz..)
- alternativní internetové servery (aeronet.cz, AC24.cz..) sociální sítě
- nevzpomenul/a si

JIŘÍ DRAHOŠ SPOLUPRACOVAL S KOMUNISTICKOU STÁTNÍ BEZPEČNOSTÍ (STB).

34 Zaznamenal/a jste tuto informaci v období kolem prezidentských voleb 2018?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano ne

35 Považujete zprávu za pravdivou?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano ne

36 Vzpomenete si, kde jste tuto zprávu prvně zaregistroval/a? (Prosím vyplňte pouze v případě, že jste zprávu zaznamenal/a)

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- televize, rozhlas, tisk internetové servery mediálních domů (irozhlas.cz, aktualne.cz...) alternativní internetové servery (aeronet.cz, AC24.cz..) sociální sítě
- nevzpomenul/a si

MILOŠ ZEMAN PŘIJAL NA TAJNÉM OBŘADU V MEŠITĚ MUSLIMSKÉ JMÉNO ŠÁH AL ZE MAN.

37 Zaznamenal/a jste tuto informaci v období kolem prezidentských voleb 2018?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano ne

38 Považujete zprávu za pravdivou?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- ano ne

39 Vzpomenete si, kde jste tuto zprávu prvně zaregistroval/a? (Prosím vyplňte pouze v případě, že jste zprávu zaznamenal/a)

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- televize, rozhlas, tisk internetové servery mediálních domů (irozhlas.cz, aktualne.cz...) alternativní internetové servery (aeronet.cz, AC24.cz..) sociální sítě
- nevzpomenul/a si

SEZNAM TABULEK A GRAFŮ

Graf č.1: Rozdělení respondentů dle pohlaví.....	44
Graf č.2: Rozdělení respondentů dle věku.....	44
Graf č.3: Rozdělení respondentů dle vzdělání.....	45
Graf č.4: Rozdělení respondentů dle prezidentských voleb 2018.....	45
Graf č.5: Sociální sítě jako zdroj informací.....	46
Graf č.6: Sledování alternativních internetových portálů.....	46
Graf č.7: Primární informační zdroje respondentů o kandidátech ve volbách 2018.....	47
Graf č.8: Určení falešných výroků dle preferovaného kandidáta ve volbách 2018.....	51
Graf č.9: Určení zdroje falešné zprávy.....	52
Tabulka č.1: Vystavení respondentů dezinformačnímu narativu.....	48
Tabulka č.2: Určení falešných výroků.....	49