

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2022

Daniela Seigová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Využití automatizovaných metod na fact-checkingových serverech

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Autor práce: Daniela Seigová

Studijní program: Žurnalistika

Vedoucí práce: Mgr. Veronika Macková, Ph.D.

Rok obhajoby: 2022

Prohlášení

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

V Praze dne 29. dubna 2022

Daniela Seigová

Bibliografický záznam

SEIGOVÁ, Daniela. Využití automatizovaných metod na fact-checkingových serverech. Praha, 2022. 113 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií, Katedra žurnalistiky. Vedoucí bakalářské práce Mgr. Veronika Macková, Ph.D.

Rozsah práce: 220 308 znaků s mezerami

Abstrakt

Tato bakalářská práce je zaměřena na téma dezinformací a boje proti nim, především prostřednictvím fact-checkingových webových stránek. Práce představuje historický kontext vývoje dezinformací, jejich současnou podobu a stručně vysvětluje principy, na jejichž základě dezinformace fungují. Pro dokreslení toho, jak jsou v dnešní společnosti rozšířeným manipulačním nástrojem, je uvedeno několik konkrétních příkladů. Teoretická část práce také představuje několik vybraných fact-checkingových serverů včetně metod, které ke své práci používají. Praktická část obsahuje kvalitativní analýzu několika výstupů dvou fact-checkingových webů používajících zcela odlišné metody. Porovnávána je kvalita a obsáhlost jednotlivých kontrol faktů. Jako doplňující materiál ke zpracování tématu byly provedeny dva rozhovory, jeden s vývojářem nástroje pro rozpoznávání jazyka, který bude využíván právě fact-checkingovými servery, a druhý s pracovnící fact-checkingového serveru AFP.

Klíčová slova

fact-checking, dezinformace, automatizace, manipulace, kritické myšlení, kognitivní zkreslení, umělá inteligence, sémiotika, sémiotická analýza

Abstract

This bachelor thesis focuses on the topic of disinformation and the fight against it, mainly through fact checking websites. The thesis presents the historical context of the development of disinformation, its current forms and briefly explains the principles on which disinformation works. Several specific real-life examples are given to illustrate what a widespread manipulative tool in today's society they are. The theoretical part of the thesis also introduces several fact checking servers including the description of methods they use. The practical part contains a qualitative analysis of several outputs of two fact checking sites using completely different methods. The quality and comprehensiveness of each fact check is compared. Two interviews were conducted as supplementary material for the topic, one with the developer of a language recognition tool that will be used by the fact checking servers, and the other with an AFP fact checker.

Key words

fact check, disinformation, automatization, manipulation, critical thinking, cognitive bias, artificial intelligence, semiotics, semiotic analysis

Title/název práce

The use of automated methods on fact-checking servers

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala v první řadě vedoucí práce doktorce Veronice Mackové, bez jejíž zpětné vazby a cenných rad by práce mohla být dokončena jen stěží, a která ve mně svým trpělivým a laskavým vedením a motivací vzbudila k tématu osobní zájem.

Ráda bych také poděkovala rodině a blízkým za podporu a motivaci i ve chvílích, kdy se mi dokončení práce zdálo nemožným.

Děkuji.

Obsah

Úvod	3
1 Vymezení pojmů	5
1.1 Dezinformace.....	5
1.2 Misinformace.....	6
1.3 Mal-informace	6
1.4 Hoax	7
1.5 Fake news	7
2 Proč dezinformace fungují	9
2.1 Konfirmační zkreslení	9
2.2 Anchoring.....	10
2.3 Peak-end Bias	11
2.4 Sociální bubliny	12
3 Vývoj dezinformací	15
3.1 Historie.....	15
3.2 Konkrétní příklady šíření dezinformací z novodobé historie	16
3.2.1 Operace Neptun	16
3.2.2 Aféra Pizzagate	19
3.3 Deepfake.....	20
4 Boj s dezinformacemi	23
5 Dezinformace v České republice	25
5.1 Dezinformační weby	26
6 Fact-checking	30
6.1 Metody fact-checkingu.....	30
6.1.1 Ověřování faktů lidmi	30
6.1.2 Automatizace ověřování faktů	32
6.2 Vybrané evropské fact-checkingové servery	34
6.2.1 EUFactCheck	34
6.2.2 Full Fact.....	36
6.2.3 AFP Factcheck	39
6.3 Vybrané české fact-checkingové servery	40
6.3.1 Demagog	40
6.3.2 Čeští elfové.....	41
7 Pandemie onemocnění COVID-19 a dezinformace	43
8 Brexit a dezinformace	45
9 Sémiotika	47
9.1 Výchozí sémiotické koncepty	48
9.1.1 Znaky	48
9.1.2 Kódy.....	50

9.1.3	První stupeň označování	51
9.1.4	Druhý stupeň označování.....	52
9.1.5	Třetí stupeň označování	53
9.1.6	Obrazná pojmenování	54
9.1.7	Intertextualita	55
10	Metodologie	57
10.1	Téma a cíl výzkumu	57
10.2	Výzkumná metoda.....	58
10.3	Zkoumaný vzorek.....	61
10.4	Limity výzkumu.....	62
11	Analytická část.....	64
11.1	Analýza výstupů o pandemii onemocnění COVID-19 z webu Full Fact	64
11.2	Analýza výstupů o pandemii onemocnění COVID-19 z webu EUFactCheck.....	71
11.3	Porovnání kontroly tvrzení na příkladech zpráv o onemocnění COVID-19	81
11.4	Analýza výstupů o Brexitu z webu Full Fact	83
11.5	Analýza výstupů o Brexitu z webu EUFactCheck	87
11.6	Porovnání kontroly tvrzení na příkladech zpráv o Brexitu	93
	Závěr.....	95
	Summary.....	98
	Seznam použitých zdrojů	101
	Elektronické zdroje	101
	Tištěné zdroje	106
	Teze bakalářské práce	108
	Přílohy.....	112
	Příloha č. 1: Jakub Šimko, KinIt (rozhovor).....	112
	Příloha č. 2: Ladka Mortkowitz, AFP (rozhovor)	119

Úvod

Dezinformace byly součástí lidské společnosti už po staletí, nikdy ovšem nezaznamenávaly takový nárůst, jako v době digitálních médií, sociálních sítí a informačního chaosu. Je řada faktorů, které tomu přispívají, od kognitivních zkreslení, přes nízkou digitální a mediální gramotnost části společnosti, až po sofistikované technologie umělé inteligence.

V teoretické části práce autorka prochází historický vývoj trendu dezinformací a poukazuje na jejich přirozený výskyt v lidské společnosti. Zmíněny jsou konkrétní případy i jejich dopad. Vzhledem k tomu, že dezinformace jsou společensky utvářeným konceptem, nechybí ani zastavení nad principy, které jejich existenci umožňují.

Především je ale v teoretické části představen koncept fact-checkingu jakožto nástroj boje proti dezinformacím. Uvedeny jsou užívané metody a jejich limitace, specifické zahraniční i české fact-checkingové servery a jejich práce. Jako doplňující materiál pro tuto sekci autorka použila vlastní rozhovory s Jakubem Šimkem, výzkumníkem a vývojářem nástroje pro automatizovanou kontrolu faktů v českém, slovenském, a potenciálně dalších slovanských jazycích ve slovenském výzkumném institutu KinIt, a s Ladkou Mortkowitz, fact-checkerkou v AFP.

Cílem práce je porovnat práci dvou specifických fact-checkingových serverů, Full Fact a EUFactCheck, které používají zcela odlišné metody pro ověřování faktů a tvrzení. Zaměření je na kvalitu a obsáhlost jejich výstupů.

Výzkumnou metodou je sémiotická analýza textu, která se řadí mezi kvalitativní metody výzkumu. Hlavní výzkumná otázka se ptá, který fact-checkingový web publikuje výstupy, které mají pro čtenáře větší přínos? Vedlejší výzkumné otázky pomáhají odhalit funkci použitých znaků, obsáhlost jednotlivých sdělení, míru intertextuality a volbu užitých znakových systémů. Shrnutí analýzy prezentuje hlavní zjištění a odpovědi na výzkumné otázky.

Během zpracovávání tématu došlo k několika odchylkám od teze. Jako výzkumná metoda byla zvolena sémiotická analýza místo uvedené analýzy diskurzu automatizované žurnalistiky a jejích aspektů při detekci dezinformací a boji s nimi ve srovnání s klasickými metodami. Důvodem byl menší výzkumný vzorek a nemožnost jej avizovanou metodou objektivně zanalyzovat.

Došlo také ke změně ve výběru fact-checkingového serveru, jehož výstupy jsou analyzovány, z Logically na Full Fact. Důvodem pro tuto změnu byl nedostatek dostupných informací a nemožnost navázat komunikaci s pracovníky Logically, nebyl tedy k dispozici dostatek informací pro komplexní zhodnocení používaných metod. Server Full Fact má své metody podrobně popsány na svém webovém serveru a jejich proces kontroly faktů je transparentní, byl tedy pro účely práce vhodnější. Detailnější popis odchylky od teze je popsán v kapitole Metodologie.

1 Vymezení pojmů

1.1 Dezinformace

Pojmem dezinformace rozumíme záměrně zkreslenou nebo nepravdivou informaci, skrze kterou chce autor pro své účely manipulovat s příjemcem informace a ovlivnit tak jeho mínění. Jedná se tedy o informace, které najdou uplatnění v mnoha politických režimech a hybridních válkách, protože jde o „*úmyslně nesprávnou či zkreslenou informaci, která je záměrně implantována do informační soustavy oponenta se záměrem ovlivnit jeho aktivity*“¹.

Ministerstvo vnitra ČR tento pojem definuje jako „*šíření záměrně nepravdivých informací, obzvláště pak státními aktéry nebo jejich odnožemi vůči cizímu státu nebo vůči médiím, s cílem ovlivnit rozhodování nebo názory těch, kteří je přijímají*“².

Klíčovou charakteristikou dezinformací je tedy jejich záměrné, účelové vytvoření a šíření. Sekundárním rysem je snaha působit věrohodně a přesvědčivě. Může se jednat o manipulaci s daty, fakty, grafy, a zvláště v posledním desetiletí také s vizuálním a zvukovým obsahem.

V roce 2019 vyšel průzkum veřejného mínění Ministerstva vnitra, podle jehož výsledků se s dezinformacemi v médiích „*v určité intenzitě setkává alespoň někdy většina (70 %) české společnosti*“³. Tato problematika je tedy v povědomí společnosti, ovšem „*necelá čtvrtina (24 %) českých občanů šíření klamných informací vytvořených za účelem ovlivnění politických nebo společenských názorů po internetu označila za málo závažný problém*“⁴.

Reakce na setkání s informací, u které jde podezření, že jde o dezinformaci se stále napříč společnostmi velmi liší. Část společnosti dezinformace ignoruje, nebo se ji snaží nahlásit, stále ale dezinformaci „*přibližně pětina (21 %) sdílí, pokud ji považuje za zajímavou nebo důležitou, přestože může jít o dezinformaci (...) důležitost takové zprávy lze chápat pozitivně i negativně, tedy lidé ji mohou sdílet, protože považují za důležité upozornit na danou dezinformaci, ale nemusejí jí věřit (tedy v pozitivním smyslu), nebo ji mohou sdílet, protože jim informace konvenuje (v negativním smyslu)*“⁵.

¹ REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-717-8926-7. s. 45

² Definice dezinformací a propagandy. *Ministerstvo vnitra České republiky* [online], 2020 [cit. 2022-01-17]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>

³ SPURNÝ, Martin. Výzkum veřejného mínění k problematice dezinformací. *Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám* [online]. Ministerstvo vnitra, 2019 [cit. 2022-01-13]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/clanek/vyzkum-verejneho-mineni-k-problematice-dezinformaci.aspx>

⁴ Tamtéž.

⁵ Tamtéž.

Nejčastějšími platformami šíření dezinformací jsou řetězové emaily, dezinformační weby, a sociální sítě (Facebook, Twitter, Instagram...).

1.2 Misinformace

Chybně se za dezinformaci označuje chybné sdělení, které vzniklo nevědomky. Může se jednat o nevědomost autora, chybný překlad z originálu, špatný popis u fotografie, překlep, a jiné. Tento jev nazýváme misinformace, a jejím hlavní odlišností od dezinformace je fakt, že „*není šířena ani systematicky, ani úmyslně s cílem ovlivnit rozhodování nebo názory těch, kteří ji přijímají*“⁶. Vznikají často z nepozornosti autora nebo při nedostatečném ověření faktů.⁷

Ačkoliv nejsou za tímto účelem vytvořeny, „*mohou v případech, kdy jsou šířeny ve velkém rozsahu a bez náležité opravy, vést ke stejnému výsledku, jako dezinformace – tedy k přijetí rozhodnutí nebo osvojení názorů na základě nepravdivých informací*“⁸. Je tedy zásadní, aby médium, kde se misinformace vyskytne, chybu v co nejkratším časovém úseku opravila a uznala pochybení.

V opačném případě může nastat jev, který je označován jako praní špinavých informací (*information laundering*), kdy „*postupně na sebe odkazující zdroje vedou k tomu, že se původně špinavý nebo nijak nezjištěný, neprokázaný původ informace postupně „očistí“ tím, že ho převezmou i seriózní média*“⁹.

1.3 Mal-informace

Hlavním rozdílem mezi mal-informacemi a dvěma již zmíněnými termíny, dezinformacemi a misinformacemi je, že jsou pravdivé. Jde o informace, které se zakládají na skutečnosti a usilují o poškození osoby, organizace nebo země.¹⁰ Nejčastěji se jedná o úniky osobních dat a souborů, informací o zdravotním stavu, sexuální orientaci, náboženském přesvědčení, politické inklinaci a jiné potenciálně zranitelné informace.

Jedním z příkladů mal-informací je únik e-mailů Emmanuela Macrona 5. května 2017, těsně před druhým kolem voleb. Únik soukromých informací do veřejného prostoru prostřednictvím

⁶ Definice dezinformací a propagandy. *Ministerstvo vnitra České republiky* [online]. [cit. 2022-01-17]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>

⁷ BURÝŠEK, Jiří. Co je to dezinformace? *Bez Faulu* [online]. 2019 [cit. 2022-01-27]. Dostupné z: <https://bezfaulu.net/clanky/o-manipulaci/co-je-to-dezinformace/>

⁸ Definice dezinformací a propagandy. *Ministerstvo vnitra České republiky* [online]. [cit. 2022-01-17]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>

⁹ Tamtéž.

¹⁰ WARDLE, Clair a DERAKSHAN, Hossein. INFORMATION DISORDER: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe* [online]. 2017 [cit. 2022-01-15] Dostupné z: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>. s. 20-21

stránky Pastebin pod názvem „EMLEAKS“ proběhl jen několik hodin před hlasováním.¹¹ Cílem bylo maximálně poškodit Macronovu kampaň.

1.4 Hoax

Jde o poplašnou nepravdivou zprávu, která vybízí své čtenáře k dalšímu šíření.¹² Působí na emoce čtenáře a „operuje s efektivním využíváním jazyka s využitím základních principů mediální komunikace v kombinaci s efektivním působením na city příjemce“¹³. Cíleně tak vyvolává falešnou paniku. Pocit strachu a zděšení tak stačí jako činitel k rychlému, bezmyšlenkovitému sdílení zprávy.

Často jsou asociovány s tzv. městskými legendami (*urban legends*), které „nemají pevný základ, jsou koncipovány tak, aby jim bylo možné uvěřit a aby uživatel netoužil ověřit pravdivost informace“¹⁴.

1.5 Fake news

Pojem fake news lze přeložit do češtiny jako falešnou zprávu. Ačkoliv se jedno z jeho prvních užití pojmu datuje už do roku 1925, kdy v americkém časopise *Harper's Magazine* vyšel článek „*Fake news and the public*“¹⁵, v povědomí široké veřejnosti se nejvýrazněji rozšířil v roce 2016 (viz Obr. 1) v souvislosti s volbou prezidenta Spojených států. Popularita termínu v mediálním diskurzu narostla natolik, že byl v roce 2017 vyhlášen slovem roku podle Collins Dictionary¹⁶.

O přesné definování se pokouší řada akademiků, stále se ovšem jedná o velmi široký a těžko specifikovatelný pojem. Podle jedné z nejširších definic jde o „*jakoukoliv záměrně vytvořenou informaci, která se snaží působit důvěryhodně, přestože ve skutečnosti důvěryhodná není*“¹⁷. Definice ale jsou i daleko specifitější. Například profesor Axel Gelfert je popisuje jako „*úmyslné předkládání (zpravidla) nepravdivých anebo zavádějících zpráv, které jsou s tímto*

¹¹ Vilmer, Jean-Baptiste Jeangène. "The "#Macron Leaks" Operation: A Post-Mortem". *Atlantic Council* [online], 2019 [cit. 2022-02-05] Dostupné z: <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/the-macron-leaks-operation-a-post-mortem/>.

¹² GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. s. 45

¹³ KOPECKÝ, Kamil. Co je hoax. *E-Bezpečí* [online], 18. 5. 2008 [cit. 2022-01-28]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/temata/hoax-spam/91-25>

¹⁴ Tamtéž.

¹⁵ LAZER, David a kol. „Combating Fake News – Agenda for Research“. *Shorenstein Center* [online], 2017 [cit. 2022-02-01]. Dostupné z: <https://shorensteincenter.org/combating-fake-news-agenda-for-research/>

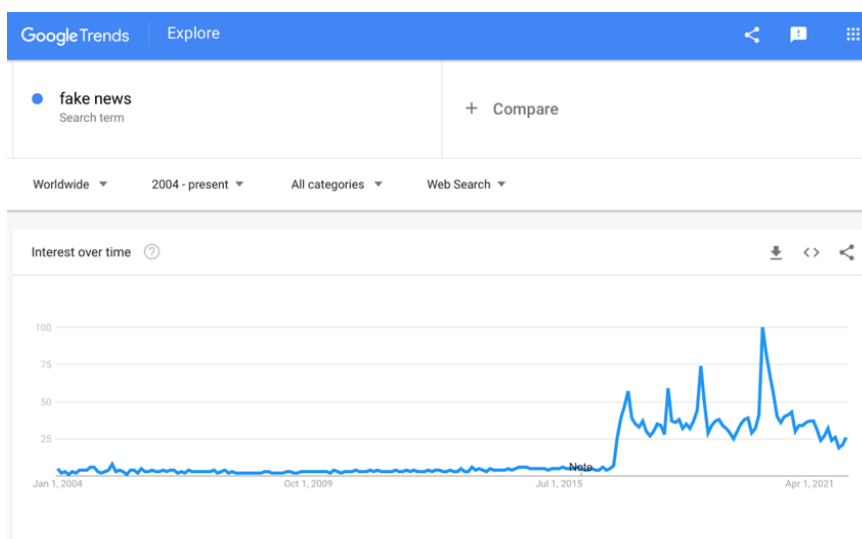
¹⁶ FLOOD, Alison. "Fake News Is 'Very Real' Word Of The Year For 2017". *The Guardian* [online], 2017.[cit. 2022-01-15]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/books/2017/nov/02/fake-news-is-very-real-word-of-the-year-for-2017>.

¹⁷ BARCLAY, Donald A. *Fake News, Propaganda and Plain Old Lies: How to Find Trustworthy Information in the Digital Age*. Lanham: Rowman & Littlefield, 2018. ISBN 978-1-5381-0889-5. s. 30

úmyslem vytvářeny“¹⁸. Tato definice už je velmi blízko dříve uvedeným definicím dezinformací.

Vzhledem k četným odlišnostem v interpretacích pojmu dávají dnes již autoři, politici i média přednost již zmíněným dezinformacím, misinformacím, malinformacím a hoaxům, které jsou ve své podstatě jasně odlišené. Dalším důvodem k tomuto kroku může být fakt, že se díky absenci jasné definice může pojem stát v rukou některých politiků zbraní proti novinářům a médiím¹⁹, jak se dělo například v období před prezidentskými volbami ve Spojených státech 2016.²⁰

Stejně tak ředitel odboru svobody projevu a rozvoje médií UNESCO, Guy Berger, vyzval k omezení používání tohoto pojmu. „*Pokud je to zpráva, pak není falešná, a pokud je falešná, pak to nemůže být zpráva*“²¹.



Obr. 1: Výskyt vyhledávání pojmu *fake news* v Google vyhledávači mezi roky 2004–2022. Zdroj:

<https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=fake%20news>

¹⁸ GELFERT, Axel. „Fake News: A Definition“. [online] *Informal Logic* 38(1), 2018, strana 108. [cit. 2022-01-20].

Dostupné z: <https://www.erudit.org/en/journals/informallogic/1900-v1-n1-informallogic04379/1057034ar.pdf>

¹⁹ WARDLE, Clair a DERAKSHAN, Hossein. INFORMATION DISORDER: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe*, [online], 2017 [cit. 2022-01-15]. Dostupné z: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

²⁰ Trump Refuses CNN Question: 'You Are Fake News'. In: *YouTube* [online]. CNN, 2017 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=SOowX1CKf-M>

²¹ "Solving "Fake News" Starts With Avoiding The Term". *UNESCO* [online], 2017 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://en.unesco.org/news/solving-fake-news-starts-avoiding-term>.

2 Proč dezinformace fungují

Doba nových technologií a digitalizace má vliv na rychlost a způsob šíření zpráv, platformy komunikace a přístup k informacím. Právě to má vliv na snadné šíření dezinformací, které jinak nejsou žádnou novinkou, ale které naopak provázejí lidstvo po celá desetiletí. Byly to jen způsoby, kterými se dezinformace šířily, které se proměňovaly až do dnešní podoby, kdy jsou klíčová média.²²

„Vzestup nové technologie obvykle zcela nezatlačí do pozadí stará média, ale přinutí je přizpůsobit se novým tržním podmínkám,“²³ což mimo jiné znamenalo právě přechod většiny médií a mediálních platforem do online prostředí. Tato online podoba médií umožňuje interaktivitu mezi tvůrci a příjemci mediálních sdělení, sociální sítě pak představují platformu, kde se tvůrcem stává každý.

U těchto médií s velkým množstvím produkováného obsahu vyvstává otázka regulace, respektive zda je vůbec možná. Václav Moravec upozorňuje na regulační paradox, kdy jsou tradiční média regulována velmi striktně, zatímco internet jen minimálně.²⁴

U většiny seriózních médií funguje editor (*gatekeeper*), který rozhoduje, který obsah se skutečně dostane k veřejnosti, a který ne. Tato selekce ale v rámci internetu jako celku chybí, což představuje riziko v nepřehledném množství nefiltrovaného obsahu.²⁵

2.1 Konfirmační zkreslení

Jedním z kognitivních faktorů, který nepřímo přispívá ke snadnému šíření dezinformací mezi lidmi je konfirmační zkreslení (*confirmation bias*). Jde obecně o selekci informací potvrzující dominantní názor nebo přesvědčení autora.²⁶

Lidé přirozeně nejsou tak otevření novým informacím a faktům, jak si sami myslí, nebo jak dávají navenek najevo. Konfirmační zkreslení je proces, při kterém lidé podvědomě vyhledávají a přijímají ty informace a názory, které jsou v souladu s jejich pohledem na svět. Zároveň se nebrání vyhledávání názorů protichůdných, ale povětšinou jen za účelem utvrzení

²² GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. s. 34

²³ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál (vydavatelství), 1999. ISBN 80-7178-200-9. s. 196-197

²⁴ MORAVEC, Václav. *Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR*. Praha: Academia, 2016. ISBN 978-80-200-2572-2. s. 163

²⁵ GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. s. 41

²⁶ RAJSIC, Jason a kol. “Confirmation bias in visual search.” [online]. *Journal of experimental psychology. Human perception and performance* vol. 41(5), 2015. . [cit. 2022-02-06]. Dostupné z: <https://content.apa.org/record/2015-27295-001>

svých vlastních, tedy hledají argumenty proti jen proto, aby si je mohli sami vyvrátit a obhájit si svůj názor původní.²⁷

Konfirmační zkreslení má často vliv na rozhodování, protože omezuje schopnost rozhodovat se a analyzovat věci objektivně, bez přihlížení na vlastní přesvědčení. Příjemce si tedy v množství nabízeného obsahu vybere právě to, co je jeho vlastnímu názoru nejbližší, zatímco ostatní informace jsou ignorovány, nebo brány na lehčí váhu.

Zmíněným fenoménem se v průběhu historie zabývalo mnoho vědců, akademiků i lékařů, mezi nimi psycholog izraelsko-amerického původu, Daniel Kahneman. Ten v knize *Myšlení rychlé a pomalé* přináší teorii duality lidské kognice. Kahneman fenomén popisuje z pohledu našeho myšlení, kdy jej rozděluje na dva „systémy“, samostatně fungující složky, které jsou na sobě ovšem závislé.

Systém 1 má v jeho teorii zásadní vliv na naše jednání a rozhodování.²⁸ Je pro něj typická impulsivita, automaticnost, rychlost. Jsou to prvotní impulsy, intuice, podvědomé volby, a právě toto myšlení rychlé podléhá konfirmačnímu zkreslení.²⁹

Druhým je Systém 2, který reprezentuje myšlení pomalé. To je specificky namáhavější, vyžaduje energii a čas, ale postupuje analyticky a na základě logických souvislostí.³⁰ Systém 2 má tedy větší váhu v řešení situací a rozhodování v dlouhodobém horizontu. Většinu zdánlivě nedůležitých, každodenních rozhodnutí ale obstarává Systém 1, z čehož pramení i role konfirmačního zkreslení v přístupu k informacím.

2.2 Anchoring

Ján Markoš kromě konfirmačního zkreslení definoval ještě další formy kognitivních zkreslení (*cognitive biases*), které ovlivňují naše myšlení ve vyhledávání, zpracovávání a přístupu k informacím. Tyto faktory nelze odstranit ani je potlačit, je ovšem důležité si je uvědomovat a vědomě s nimi pracovat, pokud chceme být schopni racionálně hodnotit jednotlivé aspekty záplavy informací a zpráv kolem nás.³¹

Jedním z těchto typů kognitivních zkreslení je anchoring neboli kotvení. Je to jev, kterého často využívají kromě dezinformačních kampaní také kampaně marketingové. Když se mozek

²⁷ TABER, Charles S., a LODGE, Milton. “Motivated Skepticism in the Evaluation of Political Beliefs.” [online]. *American Journal of Political Science* 50, no. 3, 2006. [cit. 2022-02-05]. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/3694247>. s. 755

²⁸ KAHNEMAN, Daniel. *Myšlení, rychlé a pomalé*. Brno: Jan Melvil, 2012. Pod povrchem. ISBN 978-80-87270-42-4. s. 444

²⁹ Tamtéž, s. 278

³⁰ Tamtéž, s. 27-29

³¹ MARKOŠ, Ján. *Sila rozumu v bláznivej dobe*. N-Press, 2019. ISBN 978809992501597. s. 164

člověka snaží zorientovat v neznámé situaci, chopí se první dostupné informace jako „normy“, podle které dále hodnotí vývoj.³²

Jako příklad uvádí Markoš kauzu Váhostav. Tato velká společnost, která postavila řadu úseků slovenských dálnic oznámila v roce 2015, že není schopná zaplatit dodavatelům a živnostníkům faktury. Naštvaná veřejnost požadovala plnohodnotnou kompenzaci a tlačili Váhostav k uhrazení dlužných částek. Společnost následně oznámila, že zaplatí 10 % z celkových částek – ti, komu peníze dlužili byli tedy zděšeni, že o většinu svých peněz přijdou. Když o několik měsíců později Robert Fico navrhl uhrazení 50 % státem, všichni ochotně přijali. Tato ochota by zajisté byla výrazně nižší, kdyby stát s touto nabídkou začal – 50 % je ovšem daleko víc, než avizovaných 10 %, které se staly „kotvou“ k níž se lidé upnuli.³³

2.3 Peak-end Bias

Dalším typem kognitivního zkreslení je peak-end bias, což lze přeložit jako „konec a vrchol“. Myšlena je tím přirozená tendence zapamatovat si nejsilnější, ať už pozitivní či negativní, okamžik a následně konec.³⁴

Název tohoto jevu vyplývá z výzkumu retrospektivního vnímání bolesti nebo potěšení spojeného s minulými zážitky³⁵. Pokus Daniela Kahnemana a kolegů ukázal, že když lidé vytvářejí retrospektivní hodnocení zážitku, mají tendenci zanedbávat délku zážitku a místo toho se vzpomínky opírají převážně o to, jak jsme se cítili během nejintenzivnějšího okamžiku a kdy zážitek skončil.³⁶

Ve zmíněném pokusu byli účastníci vystaveni dvěma bolestivým epizodám se studenou vodou. První byla krátká, během níž drželi jednu ruku ponořenou ve studené vodě o teplotě 14 °C po dobu 60 s. Druhá začínala stejně, ale ke konci byl přidán interval 30 s, během něhož teplota studené vody postupně stoupala o jeden stupeň.³⁷ Tento dodatečný interval prodloužil dobu trvání prožívané bolesti, takže se jednalo o celkově nepříjemnější zážitek. Prodloužený zážitek však skončil díky ohřívání vody relativně příjemněji, což vyvolalo zkreslenou vzpomínku na zážitek. Účastníci si prodlouženou epizodu pamatovali jako méně bolestivou a jako méně

³² MARKOŠ, Ján. *Sila rozumu v bláznivéj době*. N-Press, 2019. ISBN 978809992501597. s. 175

³³ Tamtéž, s. 166

³⁴ Tamtéž, s. 175

³⁵ FREDRICKSON, Barbara L. a Daniel KAHNEMAN. Duration neglect in retrospective evaluations of affective episodes. *Journal of Personality and Social Psychology* [online]. 1993, **65**(1), 45-55 [cit. 2022-03-15]. ISSN 0022-3514. Dostupné z: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.65.1.45>

³⁶ Tamtéž.

³⁷ HOOGERHEIDE, Vincent, Marleen VINK, Bridgid FINN, An K. RAES a Fred PAAS. How to bring the news ... peak-end effects in children's affective responses to peer assessments of their social behavior. *Cognition and Emotion* [online]. 2018, **32**(5), 1114-1121 [cit. 2022-03-17]. ISSN 0269-9931. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02699931.2017.1362375>

náročnou na zvládnutí, což vedlo k tomu, že významná většina účastníků dala při dalším pokusu přednost opakování prodloužené epizody.³⁸

Tento jev je mimo jiné využíván v politice, kdy jsou nejméně populární změny zaváděny na začátku funkčního období, zatímco ke konci svého působení se vláda snaží zajistit odchod v pozitivním světle popularity a oblíbenosti.³⁹ V duchu tohoto typu kognitivního zkreslení se nese známé rčení „konec dobrý, všechno dobré“.

2.4 Sociální bubliny

Dalším z faktorů, které napomáhají snadnému šíření dezinformací jsou takzvané sociální bubliny (*filter bubbles*), někdy také označované jako bubliny informační, nebo filtrační bubliny. Se vznikem a rozvojem internetu se totiž lidé na jeho platformách začali sdružovat do skupin, které sdílejí jim vlastní názory a hodnoty, a odřízli se tím od všech informací, které by mohly jejich přesvědčení zpochybnit.⁴⁰ Stejně tak personalizační algoritmy používané na sociálních sítích a v jiných online službách, příkladem může být Facebook nebo Google, zobrazují uživatelům podobné názory a myšlenky a odstraňují opačné názory bez jejich vědomí.⁴¹

V závislosti na předchozí interakci uživatele mohou být určité informace prezentovány přednostně, nebo naopak filtrovány a skryty. Uživatelům se tak mohou pro stejné klíčové slovo zobrazovat různé výsledky vyhledávání.⁴²

Eli Pariser, autor přelomové knihy *The Filter Bubble* o sociálních bublinách a nebezpečí, které představují, řekl: „*Vaše sociální bublina je jedinečný, osobní vesmír informací vytvořený specificky pro vás řadou personalizujících filtrů. Je neviditelná, a je stále obtížnější z ní uníknout*“⁴³.

Sociální bubliny přispívají k polarizaci společnosti také v řadě klíčových témat, ať už jde o politiku, vědu, zdravotnictví a další. V řadě politických diskusí uvnitř sociální bubliny tedy chybí protichůdné argumenty, které by poukázaly na případné morální problémy, vyvrátily

³⁸ HOOGERHEIDE, Vincent, Marleen VINK, Bridgid FINN, An K. RAES a Fred PAAS. How to bring the news ... peak-end effects in children's affective responses to peer assessments of their social behavior. *Cognition and Emotion* [online]. 2018, 32(5), 1114-1121 [cit. 2022-03-17]. ISSN 0269-9931. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02699931.2017.1362375>

³⁹ MARKOŠ, Ján. *Síla rozumu v bláznivé době*. N-Press, 2019. ISBN 978809992501597. s. 168

⁴⁰ SUNSTEIN, Cass R. *Republic.com 2.0*. Princeton University Press, 2009. ISBN 9780691143286.

⁴¹ PARISER, Eli. *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. London: Penguin books, 2012. ISBN 978-0-241-95452-2. s. 112-115

⁴² Tamtéž, s. 190-192

⁴³ "Editorial Review: Author Q&A With Eli Pariser". *Amazon.com* [online]. [cit. 2022-02-11] Dostupné z: <https://www.amazon.com/Filter-Bubble-Personalized-Changing-Think-ebook/dp/B004IYJE6A>.

nepravdivá tvrzení nebo situaci představily z jiné perspektivy. S klesající diverzitou názorů roste napětí mezi jednotlivými skupinami. Dezinformace vypuštěná do sociální bubliny, která má předpoklady jí uvěřit, se šíří rychle a málokdy je odhalena, protože ve skupině chybí opačný názor nebo někdo, kdo by na nepravdu upozornil.

Jakub Šimko, vývojář a expertní výzkumník vzdělávacího institutu KinIt, zabývající se mimo jiné auditováním algoritmů sociálních sítí, uvedl:

„Jedním z největších přispěvatelů k současnému problému s dezinformacemi je Facebook. Ne jako celek prostě tím, že existuje, ale jeho specifická část – rekomendační algoritmy, které určují, co přesně uvidím ve svém feedu. Chtějí co nejvíce prodloužit čas, který uživatel na jejich stránce tráví, a jejich algoritmy se naučily, že nejvíce času tráví uživatelé na obsahu, který je kontroverzní, který vyvolává emoce, obzvláště pak hněv. To jsou schopni změřit, protože se mohou podívat na počet líků, reakcí, komentářů, jak dlouho se na to člověk díval...“⁴⁴

Vznik sociálních bublin eskaloval obzvláště díky personalizaci obsahu a komodifikaci uživatelských aktivit na sociálních sítích. Eli Pariser ve své knize tento fenomén popisuje jako „trh chování“ (*behavior market*)⁴⁵ a uvádí: „každý ‚signál kliknutí‘, který vytvoříte, je komoditou a každý pohyb vaší myši může být vydražen během několika mikrosekund“⁴⁶.

Tvorbu sociálních bublin ovlivňuje také personalizace obsahu, kterou Ján Markoš ve své knize uvádí jako jednu z největších hrozeb pro společnost: „*Firmy a vlády prostredníctvom internetu personalizujú každému užívateľovi skutočnosť. Každý z nás tak na internete vidí niečo trochu iné. Tým sa stráca spoločný základ, ktorý všetci ľudia v krajine majú. Ako sa máme dohodnúť na závažných celospoločenských témach, keď sa ani nevieme dopracovať k rovnakým informáciám?*“⁴⁷

Kombinace faktorů personalizace a trhu chování je vidět na sociální síti Facebook. Kromě toho ovšem k tvorbě sociálních bublin na této platformě přispívá také sledování interakcí uživatelů s jednotlivými příspěvky a s dalšími uživateli. Ačkoliv tedy tato platforma také sleduje kam kdo klikne, hlavní směrnice pro vývoj nabízeného obsahu je to, co uživatelé sdílí a s kým komunikují.⁴⁸

⁴⁴ Online rozhovor s Jakubem Šimkem (20. 1. 2022)

⁴⁵ PARISER, Eli. *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. London: Penguin books, 2012. ISBN 978-0-241-95452-2. s. 7

⁴⁶ Tamtéž.

⁴⁷ MARKOŠ, Ján. *Sila rozumu v bláznivej dobe*. N-Press, 2019. ISBN 978809992501597. s. 202

⁴⁸ PARISER, Eli. *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. London: Penguin books, 2012. ISBN 978-0-241-95452-2. s. 114

Jakub Šimko k principu fungování algoritmu Facebooku a jeho vlivu na tvorbu sociálních bublin dodává: „V rámci optimalizace zisku pro Facebook algoritmus vyhodnotil, že je výhodnější předkládat negativní, nepravdivý, kontroverzní obsah. Z počátku to bylo nejspíš nevědomky a nechtíc. Dnes už o tom ví, ale nechtějí s tím nic dělat. Věci seriózní a klidné jsou ‚nudnější‘ a tolik se do feedu nedostanou. Do toho vstupuje personalizace, což znamená, že mi bude algoritmus dál předkládat věci, které se mi v minulosti líbily a strávil jsem nad nimi hodně času. Důsledkem jsou filtrační bubliny, ale už tento samotný princip je problémem“⁴⁹.

⁴⁹ Online rozhovor s Jakubem Šimkem (20. 1. 2022)

3 Vývoj dezinformací

3.1 Historie

Původ slova vychází z ruského „*dezinformatsiya*“. První zmínka je evidována v roce 1923, kdy zástupce ředitele Státní politické zprávy (GPU) nechal vytvořit nové speciální oddělení, jehož úkolem bylo „*šířit dezinformace v rámci zpravodajských operací*“⁵⁰.

Nejedná se ale o první využití principu šíření nepravdivých informací k vlastnímu prospěchu. Historickým příkladem tak může být athénský vojevůdce Themistoklés, který v průběhu druhé řecko-perské války obelstil perského krále Xerxa. Themistoklés poslal své služebníky, aby pronikli do tábora Peršanů, vydávající se za otroky. Tam rozšířili fámy o tom, že jsou Řekové bojující v perské armádě stále věrní Řecku, a tedy do bitvy nespolehliví, protože by mohli zběhnout. Xerxes zprávě uvěřil a Řeky do boje nevyslal, ačkoliv se jednalo o jeho nejsilnější jednotky, následkem čehož bitvu prohrál.⁵¹ „*Xerxes měl jen málo důvodů nevěřit Themistoklovi. To je velmi důležitý bod, protože propaganda pevně zakotvená v oblasti ‚možnosti‘ nebo ‚pravdy‘ má mnohem větší šanci na úspěch a Themistoklés to jistě chápal*“⁵².

Tato událost je označována jako „*jedno z prvních úmyslných užití dezinformace jakožto nástroje propagandy*“⁵³, protože šlo o strategický tah založený na stejných principech jako dnešní dezinformace – informace byla uvěřitelná, doručena cíleně a rychle se šířila.

Předpoklady pro vznik a šíření dezinformací navíc vychází z lidské povahy, kdy není tak snadné a přirozené se nad tvrzeními logicky zamýšlet, ale spíše je rychle zaškatulkovat. Jak již bylo řečeno, hraje v tomto rozhodování zásadní roli Systém 1 popsaný v Kahnemanově *Myšlení rychlém a pomalém*. Ján Markoš dále upozorňuje na s tím související lidské tendence doplňovat si informace tam, kde žádné nejsou: „*Politici a iné verejne činné osoby často hovoria nekonkrétne a v náznakoch. Počítajú pri tom s tým, že naše mysle si ich výpoved' automaticky a podvedome dotvorí. Táto vlastnosť ľudskej mysle je vrodená a užitočná, je však aj veľmi zneužitelná*“⁵⁴.

⁵⁰ GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. s. 10

⁵¹ Tamtéž, s. 9-10

⁵² GARTH, S. Jowett a O'DONNELL, Victoria J. *Propaganda & Persuasion*. Los Angeles: 5 ed., SAGE Publications, 2011. ISBN: 978-1412977821. s. 54

⁵³ Tamtéž.

⁵⁴ MARKOŠ, Ján. *Sila rozumu v bláznivej dobe*. N-Press, 2019. ISBN 978809992501597. s. 68

3.2 Konkrétní příklady šíření dezinformací z novodobé historie

Dezinformace nejsou záležitostí spjatou se vznikem internetu, ale s existencí společnosti. Ačkoliv se mění jejich forma, pro jejich existenci a šíření jsou klíčová média, ať už jsou to nástěnné malby, rukou psané letáčky, nebo sociální sítě.⁵⁵

Ačkoliv tedy internet není podmínkou pro existenci dezinformací, bezpochyby měl na jejich šíření vliv. Jednou z hlavních změn v digitální éře je jejich masový dopad, který byl do té doby brzděn nedostatečnou technologickou rozvinutostí společnosti.⁵⁶ Další změnou je jejich četnost. Internetové prostředí je pro svůj rozsah a absenci editora obsahu vhodným prostředím k zasévání falešných zpráv na vícero platformách současně, bez omezení časem, vzdáleností, nebo například množstvím kopií.

Pro závažnost rychlosti šíření, množství a velikosti dopadu je potřeba přicházet s novými způsoby, jak dezinformace konfrontovat. Snahou o adekvátní formu kontroly je právě automatizace fact-checkingových procesů. Rozdílnost rychlosti šíření dezinformací s postupem technologického progresu si ukážeme na dvou následujících příkladech dezinformačních kauz – operace Neptun z roku 1964 a aféra Pizzagate, ke které došlo v roce 2019.

3.2.1 Operace Neptun

Důkazem, že dezinformace nejsou záležitostí 21. století je mimo jiné také operace Neptun, často označovaná jako nejúspěšnější dezinformační akce komunistické Státní bezpečnosti. Akce proběhla v Československu létě 1964, a pro svůj rozsah a dopad se stala součástí expozice v Muzeu Železné opony⁵⁷. Nápad celé operace je připisován Ladislavu Bittmanovi, který se narodil 12. ledna 1931, krátce po druhé světové válce vstoupil do komunistické strany a studoval na Karlově Univerzitě mezinárodní vztahy. V rozvědce působil od roku 1954. V roce 1963 vstoupil do nově vzniklého odboru Ministerstva vnitra, který se zabýval

⁵⁵ GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. s. 34

⁵⁶ Tamtéž, s. 35

⁵⁷ "Operace Neptun - Nejúspěšnější Dezinformační Akce Komunistické Tajné Služby". *ČT24 – Česká televize* [online], 2013 [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/archiv/1086380-operace-neptun-nejuspesnejsi-dezinformacni-akce-komunisticke-tajne-sluzby>.

dezinformacemi, politickými provokacemi a propagandou vůči západním zemím.⁵⁸ Na dokumentech se Bittman podepisoval svým krycím jménem Brychta.⁵⁹

Ke zrodu nápadu na operaci s krycím názvem Neptun přispělo několik skutečností. První z nich byl blížící se termín promlčení nacistických zločinů, ke kterému mělo v Západním Německu dojít v roce 1965. Československo tak hledalo způsob, jak promlčecí lhůtu prodloužit.⁶⁰ Druhým důvodem byla snaha o veřejné spojení západoněmecké a rakouské politiky s nacistickým režimem, o vytvoření dojmu, že jsou jeho pokračovateli.⁶¹

Samotnému nápadu ukrytí falešných nacistických materiálů, které by vyvolaly senzaci a ovlivnily politickou situaci nahrálo nalezení falešných liber v jezeře Toplitzsee. Ty pro Němce padělali zajatci v koncentračních táborech, jednalo se ovšem o skutečný nález.⁶² Dalo se ovšem díky němu předpokládat, že bude i nález dokumentů působit přesvědčivě.

Bylo nutné vybrat místo, kam dokumenty nastrážit. K jeho výběru přispěly okolnosti. Šumavská jezera byla ve společnosti považována za záhadná, opředená legendami, a především byla neprozkoumaná. V dubnu 1960 uspořádal televizní štáb pořadu Zvědavá kamera v jezeře průzkum, při kterém došlo k objevení čtyř beden s trhavinami. To bylo pro příslušníky StB inspirací.⁶³ Nález trhavin po Němcích v Čertově jezeře nahrával možnému nálezu nacistických dokumentů v sousedním, Černém.

V květnu 1964 vybrala skupina příslušníků StB místo, kam bedny potopit. Okolí Černého jezera bylo v té době uzavřeno a akce byla přísně utajená. Bedny byly umístěny na dno jezera v červnu téhož roku.⁶⁴ Štáb Československé televize se o nich dozvěděl v červenci 1964 poté, co byly potápěči objeveny. Jedním z potápěčů byl také sám Bittman.⁶⁵ Bedny byly odvezeny

⁵⁸ POLÁČEK, Dan, a GAZDÍK, Jan. "Obrazem: Šumavská Operace Neptun. Nalezení Nacistického "Pokladu" V Režii Stb | Aktuálně.cz" [online]. *Aktuálně.cz*, 2021 [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/obrazem-sumavska-operace-neptun-a-nalezni-pokladu-v-rezii-s/r~20dceb9a54d611ebb1110cc47ab5f122/>.

⁵⁹ PIGULA, Topi. "Operace Neptun – Jak Vypadaly Fake News Ze Dna Jezera V Podání Stb" [online]. *iPrima – Zoom Magazin*, 2019 [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://zoommagazin.iprima.cz/historie/operace-neptun-jak-vypadaly-fake-news-ze-dna-jezera-v-podani-stb>.

⁶⁰ GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. s. 13

⁶¹ "Šumavská Galerie : Výstava Operace Neptun" [online]. *Šumava.cz* [cit. 2022-02-25]. Dostupné z: http://www.sumava.cz/galerie_sekce/3384-vstava-operace-neptun/.

⁶² PIGULA, Topi. "Operace Neptun – Jak Vypadaly Fake News Ze Dna Jezera V Podání Stb" [online]. *iPrima – Zoom Magazin*, 2019 [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://zoommagazin.iprima.cz/historie/operace-neptun-jak-vypadaly-fake-news-ze-dna-jezera-v-podani-stb>.

⁶³ "Operace Neptun - Nejúspěšnější Dezinformační Akce Komunistické Tajné Služby". *ČT24 – Česká televize* [online], 2013 [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/archiv/1086380-operace-neptun-nejuspesnejsi-dezinformacni-akce-komunisticke-tajne-sluzby>.

⁶⁴ Tamtéž.

⁶⁵ POLÁČEK, Dan, a GAZDÍK, Jan. "Obrazem: Šumavská Operace Neptun. Nalezení Nacistického "Pokladu" V Režii Stb | Aktuálně.cz" [online]. *Aktuálně.cz*, 2021 [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/obrazem-sumavska-operace-neptun-a-nalezni-pokladu-v-rezii-s/r~20dceb9a54d611ebb1110cc47ab5f122/>.

do Prahy s vojenským doprovodem za velkého zájmu médií. V té chvíli ovšem byly v bedně ve skutečnosti jen prázdné papíry.⁶⁶ Vlastních nepublikovaných nacistických materiálů vhodných k využití v akci Neptun mělo Československo zoufale málo. StB se obrátila na sovětskou KGB, která měla materiálů mnohem více, a v tuto chvíli se čekalo na jejich dodání z Moskvy.⁶⁷

Několik dní na to se v tisku objevila oficiální zpráva, že skutečně bedny obsahují cenné nacistické dokumenty a záznamy ze špionáže. Proběhla tisková konference, na níž vystoupil ministr vnitra Lubomír Štrougal.⁶⁸ „*Dokumenty vypovídají o činnosti nacistických rozvědek v Rakousku, Itálii, Francii...*“ zaznělo na tiskové konferenci.⁶⁹ Účastnila se také zahraniční média. Objev u nikoho nevzbudil žádné podezření, protože všichni zaznamenali předchozí nález bankovek v Toplitzsee. Skutečný příběh tak posloužil k získání kredibility pro falešnou zprávu.⁷⁰

Celkově byla operace Neptun ve své podstatě úspěšná, pomohla totiž rozpoutat kampaň proti promlčení válečných zločinů a následný nátlak přiměl západoněmeckou vládu k rozhodnutí, aby byla promlčecí lhůta nacistických zločinů prodloužena o pět let.⁷¹ Akce byla také zmiňována napříč zahraničními médii. Podvod vyšel najevo až poté, co jej po své emigraci do Spojených států amerických v roce 1968 Ladislav Bittman prozradil, spolu se jmény řady agentů komunistické tajné služby.⁷² Za zradu byl v Československu v nepřítomnosti odsouzen k trestu smrti, dožil ale v emigraci, kde v roce 1972 nastoupil na Bostonskou univerzitu a do

⁶⁶ GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. s. 13

⁶⁷ "Operace Neptun - Nejúspěšnější Dezinformační Akce Komunistické Tajné Služby". *ČT24 – Česká televize* [online], 2013 [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/archiv/1086380-operace-neptun-nejuspesnejsi-dezinformacni-akce-komunisticke-tajne-sluzby>.

⁶⁸ POLÁČEK, Dan, a GAZDÍK, Jan. "Obrazem: Šumavská Operace Neptun. Nalezení Nacistického "Pokladu" V Režii Stb | Aktuálně.cz" [online]. *Aktuálně.cz*, 2021 [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/obrazem-sumavska-operace-neptun-a-nalezeni-pokladu-v-rezii-s/r~20dceb9a54d611ebb1110cc47ab5f122/>.

⁶⁹ PIGULA, Topi. "Operace Neptun – Jak Vypadaly Fake News Ze Dna Jezera V Podání Stb" [online]. *iPrima – Zoom Magazin*, 2019 [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://zoommagazin.iprima.cz/historie/operace-neptun-jak-vypadaly-fake-news-ze-dna-jezera-v-podani-stb>.

⁷⁰ POLÁČEK, Dan, a GAZDÍK, Jan. "Obrazem: Šumavská Operace Neptun. Nalezení Nacistického "Pokladu" V Režii Stb | Aktuálně.cz" [online]. *Aktuálně.cz*, 2021 [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/obrazem-sumavska-operace-neptun-a-nalezeni-pokladu-v-rezii-s/r~20dceb9a54d611ebb1110cc47ab5f122/>.

⁷¹ "Operace Neptun - Nejúspěšnější Dezinformační Akce Komunistické Tajné Služby". *ČT24 – Česká televize* [online], 2013 [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/archiv/1086380-operace-neptun-nejuspesnejsi-dezinformacni-akce-komunisticke-tajne-sluzby>.

⁷² POLÁČEK, Dan, a GAZDÍK, Jan. "Obrazem: Šumavská Operace Neptun. Nalezení Nacistického "Pokladu" V Režii Stb | Aktuálně.cz" [online]. *Aktuálně.cz*, 2021 [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/obrazem-sumavska-operace-neptun-a-nalezeni-pokladu-v-rezii-s/r~20dceb9a54d611ebb1110cc47ab5f122/>.

roku 1996 učil budoucí novináře, mimo jiné o dezinformacích a metodách špionáže. Zemřel v září 2018 ve věku 87 let.⁷³

3.2.2 Aféra Pizzagate

V průběhu prezidentských voleb ve Spojených státech amerických v roce 2016 se na serveru 4chan a v extremistických kruzích na Twitteru a Facebooku šířila konspirační teorie, podle které měla být Hillary Clintonová zapletena do sexuálního zneužívání dětí a měla se účastnit satanistických rituálů. Tato tvrzení pak převzala řada senzacechtivých dezinformačních webů prezentujících se jako mainstreamové zpravodajské servery. Na přelomu října a listopadu téhož roku kolovalo čím dál více verzí příběhu a jejich odkazy získávaly statisíce sdílení, reakcí a komentářů.⁷⁴ K šíření konspirační teorie přispěl také Tweet člena Trumpova týmu, kandidát na poradce pro národní bezpečnost.⁷⁵

Následně zveřejnilo WikiLeaks e-maily Hillary Clintonové. Uživatelé internetového fóra 4chan procházeli zprávy od předsedy kampaně, Johna Podesty. Zaměřili se na konverzaci, v níž Podesta mailem probíral podrobnosti plánovaného charitativního večera s majitelem washingtonské pizzerie Comet Ping Pong. Ti, kteří již byli o pravdivosti konspirační teorie přesvědčeni, našli v řetězci emailů řadu indicií, které podle nich identifikovaly Comet Ping Pong jako hlavní sídlo údajného sexuálního gangu s dětmi.⁷⁶

Majitel restaurace a jeho zaměstnanci se stali obětí obtěžování, hrozeb a mnohokrát také anonymních výhrůžek smrti.⁷⁷ Kauza, označovaná dnes jako Pizzagate, vyústila 4. prosince. Do Comet Ping Pongu vešel osmadvacetiletý Edgar Maddison Welch vyzbrojený pistolí, brokovnicí a puškou AR-15. Dle vlastního tvrzení přišel, aby sám prošetřil, co se na místě skutečně děje. Ze zbraně vystřelil, nikomu se ale nic nestalo.⁷⁸ Welch nebyl aktivním členem

⁷³ POLÁČEK, Dan, a GAZDÍK, Jan. "Obrazem: Šumavská Operace Neptun. Nalezení Nacistického "Pokladu" V Režii Stb | Aktuálně.cz" [online]. *Aktuálně.cz*, 2021 [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/obrazem-sumavska-operace-neptun-a-nalezeni-pokladu-v-rezii-s/r~20dceb9a54d611ebb1110cc47ab5f122/>.

⁷⁴ LEWIS, Rebecca a MARWICK, Alice. "Media Manipulation And Disinformation Online" [online]. *Datasociety.Net*, 2017. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: https://datasociety.net/wp-content/uploads/2017/05/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline-1.pdf

⁷⁵ BLAKE, Aaron. "Michael Flynn's Tweet Wasn't Actually about #PizzaGate, but His Son Is Now Defending the Baseless Conspiracy Theory," [online]. *The Washington Post*. 5. 12. 2016 [cit. 2022-01-08]. Dostupné z: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/12/05/did-michael-flynn-really-tweet-something-about-pizzagate-not-exactly/>

⁷⁶ KANG, Cecilia. "Fake News Onslaught Targets Pizzeria as Nest of Child-Trafficking," [online]. *The New York Times*. 21. 11. 2016. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2016/11/21/technology/fact-check-this-pizzeria-is-not-a-child-trafficking-site.html>

⁷⁷ LEWIS, Rebecca a MARWICK, Alice. "Media Manipulation And Disinformation Online" [online]. *Datasociety.Net*, 2017. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: https://datasociety.net/wp-content/uploads/2017/05/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline-1.pdf

⁷⁸ LIPTON, Eric. "Man Motivated by 'Pizzagate' Conspiracy Theory Arrested in Washington Gunfire," [online]. *The New York Times*. 5. 12. 2016. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2016/12/05/us/pizzagate-comet-ping-pong-edgar-maddison-welch.html>

ultrapravice, ani příznivcem Donalda Trumpa. Uvedl však, že ho motivovala řada článků na toto téma, které četl, a poslouchal Alexe Jonese, který teorii aktivně podporoval.⁷⁹

Mainstreamové sdělovací prostředky o ozbrojeném incidentu informovaly, čímž na konspirační teorii o to více upozornily. Současně, přestože střelec ani policie nenašli žádné důkazy, které by jeho teorii potvrdzovaly, zastánci konspirační teorie to nepřesvědčilo, a ještě v březnu 2017 se shromáždili protestující před Bílým domem a požadovali další prošetření.⁸⁰

Na kauze Pizzagate je zřejmých hned několik zmíněných jevů přispívajících k rozmachu dezinformací:

- konspirační teorie vznikla a rozšířila se v rámci online komunit propojených sítí,
- dezinformace se šířily prostřednictvím sociálních médií,
- ti, kteří byli o pravdivosti informace přesvědčeni ji šířili dále,
- šířením zároveň utvrdili a posílili svoje vlastní původní názory.

Zásadní ale je, že tento incident poukazuje na možný původ obtěžování a násilí v reálném světě jako přímý důsledek mediální manipulace a dezinformací na internetu.

3.3 Deepfake

Technologický pokrok umožnil také vznik a rozšíření fenoménu označovaného jako deepfake. Jedná se o formu manipulace s informacemi, která spočívá v generování falešných mediálních audiovizuálních sdělení pomocí nástroje umělé inteligence face-swap.⁸¹ V těchto sděleních jsou obličej, hlasy, výjimečně celé postavy počítačem nahrazeny za určitou osobnost. Většina dnešních deepfakes na sociálních platformách, jako je YouTube nebo Facebook, je považována spíše za neškodnou zábavu využívající mrtvé či živé známé osobnosti. Mají tedy spíše komediální či satirický účel.⁸² Tímto způsobem lze ale také padělat celá politická prohlášení, komentáře, nahrávky, a jinak kompromitovat veřejně známé osobnosti.

⁷⁹ GOLDMAN, Adam. "The Comet Ping Pong Gunman Answers Our Reporter's Questions," [online]. *The New York Times*. 7. 12. 2016. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2016/12/07/us/edgar-welch-comet-pizza-fake-news.html>

⁸⁰ MILLER, Michael E. "Protestors Outside White House Demand 'Pizzagate' Investigation," [online]. *The Washington Post*. 25. 3. 2017. [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: <https://www.washingtonpost.com/news/local/wp/2017/03/25/protesters-outside-white-house-demand-pizzagate-investigation/>

⁸¹ CHORAŚ, Michał, DEMESTICHAS Konstantinos, GIELCZYK Agata, et al. Advanced Machine Learning techniques for fake news (online disinformation) detection: A systematic mapping study. *Applied Soft Computing Journal* [online]. 2020, 101, 107050 [cit. 2022-03-18]. ISSN 1568-4946. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2020.107050>

⁸² WESTERLUND, M. The Emergence of Deepfake Technology: A Review. *Technology Innovation Management Review* [online]. 2019, 9(11): 40-53. [cit. 2022-03 18]. Dostupné z: <http://doi.org/10.22215/timreview/1282>

Neškodný deepfake může například ukazovat Nicolase Cage, jak hraje ve filmu *Pán Prstenů: Společenstvo prstenu* zároveň Froda, Aragorna, Legolase, Gimliho i Gluma.⁸³ Nebezpečné a škodlivé deepfakes se ovšem objevují stále častěji. Příkladem je tzv. celebrity a revenge porn, tedy nedobrovolná pornografie s využitím snímků celebrit i necelebrit na sociálních sítích bez jejich souhlasu. Například herečka Scarlett Johanssonová se tak objevila v deepfake filmech pro dospělé, v nichž je její tvář umístěna přes tvář pornohvězd.⁸⁴ Závažnost dopadu takovéto manipulace jak na profesní, tak osobní život herečky je jistě zřejmá.

Jedním z nejznámějších příkladů je například deepfake vytvořený hollywoodským filmařem Jordanem Peelem v roce 2018. Bývalý americký prezident Barack Obama ve videu mluví přímo na kameru, zdánlivě z Bílého domu, a po několika neutrálních výrocích prohlásí: „Prezident Trump je totální a naprostý blbec,“⁸⁵ a po krátké pauze pokračuje: „Ted... víte, já bych tyhle věci nikdy neřekl, alespoň ne ve veřejném projevu, ale někdo jiný ano... někdo... třeba Jordan Peele“⁸⁶. Toto video nazvané „Nebudete věřit, co Obama říká v tomto videu!“ shlédlo přes 5 milionů lidí, více než 83 000 jej sdílelo na Facebooku a téměř 52 000 na Twitteru.⁸⁷

Jiným příkladem může být deepfake video, také z roku z roku 2018, ve kterém radí Donald Trump Belgičanům ohledně změny klimatu. „Jak víte, měl jsem odvahu odstoupit od Pařížské dohody o klimatu, a vy byste měli také,“⁸⁸ říká zdánlivě prezident ve videu s pohledem upřeným do kamery. Video vytvořila a zveřejnila na sociálních sítích belgická politická strana sp.a (Socialistische Partij Anders). Účelem bylo přilákat lidi k podpisu online petice vyzývající belgickou vládu k přijetí naléhavějších opatření v oblasti klimatu. Video vyvolalo hlasitou vlnu rozhořčení nad vměšováním se amerického prezidenta do klimatické politiky Belgie.⁸⁹ Tvůrci videa později uvedli, že předpokládali, že špatná kvalita falešného videa bude stačit k tomu,

⁸³ DICKSON, Ben. When AI Blurs the Line Between Reality and Fiction | PCMag [online]. *The Latest Technology Product Reviews, News, Tips, and Deals | PCMag*. 7. 6. 2018 [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.pcmag.com/news/when-ai-blurs-the-line-between-reality-and-fiction>

⁸⁴ SOLSMAN, Joan E. Deepfakes may ruin the world. And they can come for you, too - CNET [online]. *Product reviews, how-tos, deals and the latest tech news - CNET*. 4. 4. 2019 [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.cnet.com/tech/computing/deepfakes-may-try-to-ruin-the-world-but-they-can-come-for-you-too/>

⁸⁵ VACCARI, Cristian a Andrew CHADWICK. Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News. *Social Media Society* [online]. 2020, 6(1) [cit. 2022-03-17]. ISSN 2056-3051. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305120903408>

⁸⁶ Tamtéž.

⁸⁷ Tamtéž.

⁸⁸ SCHWARTZ, Oscar. „You thought fake news was bad? Deep fakes are where truth goes to die“. *The Guardian | Technology* [online]. 12. 11. 2018 [cit. 2022-03-19]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/technology/2018/nov/12/deep-fakes-fake-news-truth>

⁸⁹ Tamtéž.

aby byla zřejmá jeho neautentičnost. „Z pohybů rtů je zřejmé, že se nejedná o pravý Trumpův projev,“ uvedl mluvčí sp.a.⁹⁰

Ačkoli je zatím software pro vytváření deepfake obsahu stále náročný, dochází k nárůstu falešného obsahu, který se netýká pouze celebrit, ale i méně známých osob.⁹¹ Technologie a automatizované metody budou jistě hrát v boji proti deepfakes v budoucnu klíčovou roli, protože je profesionálně zpracovaný deepfake obsah často lidmi těžko identifikovatelný.

Deepfakes představují důležitou výzvu související s kybernetickou bezpečností, protože takové technicky vysoce sofistikované falešné zprávy vyžadují navýšení prostředků vynakládaných na detekční technologie.⁹²

⁹⁰ BURCHARD, Hans von der. „Belgian socialist party circulates ‘deep fake’ Donald Trump video“ – POLITICO. *POLITICO – European Politics, Policy, Government News* [online]. 21. 5. 2018 [cit. 2022-03-19]. Dostupné z: <https://www.politico.eu/article/spa-donald-trump-belgium-paris-climate-agreement-belgian-socialist-party-circulates-deep-fake-trump-video/>

⁹¹ CHORAŚ, Michał, DEMESTICHAS Konstantinos, GIELCZYK Agata, et al. Advanced Machine Learning techniques for fake news (online disinformation) detection: A systematic mapping study. *Applied Soft Computing Journal* [online]. 2020, 101, 107050 [cit. 2022-03-18]. ISSN 1568-4946. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2020.107050>

⁹² KWOK, Andrei O. J. a Sharon G. M. KOH. Deepfake: a social construction of technology perspective. *Current Issues in Tourism* [online]. 2021, 24(13), 1798-1802 [cit. 2022-03]. ISSN 1368-3500. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1738357>

4 Boj s dezinformacemi

Manipulativní charakter dezinformací z nich činí velké společenské riziko. Nejedná se jen o ovlivňování mínění jednotlivců, ale skrze dezinformační kampaně také mas lidí.

Novinář Ondřej Kundra se problematice dezinformací věnuje dlouhodobě a sleduje vývoj jejich využití. Ačkoliv je podle něj jejich podstata stále stejná, využívají ji nyní vlády systematicky ve způsobu boje, kdy se dezinformace „dostala do oficiální vojenské doktríny jako nový moderní způsob boje, který moc nestojí. Ale má velké účinky a díky moderním technologiím se dezinformace šíří daleko rychleji, sofistikovaněji a zároveň jsou komplikovaněji čtenáři odhalitelné“⁹³.

Hrozbu, kterou představují, už vnímají i mezinárodní organizace. „Iniciativy OSN zaměřené na boj proti dezinformacím – zejména v souvislosti s pandemií COVID-19–a na poskytování spolehlivého a na důkazech založeného obsahu obyvatelstvu po celém světě patřily k několika tématům, na něž se dnes upozorňovalo,“⁹⁴ uvádí zápis z valného shromáždění OSN.

Jakub Šimko, vývojář nástrojů pro automatizovanou kontrolu faktů ze slovenského institutu KinIt odpověděl na dotaz, zda vidí za poslední roky změnu v postoji hlav států a nadnárodních organizací k dezinformační krizi: „To rozhodně, uvědomuji si, že je potřeba s tím něco dělat. Především na evropské úrovni je to znát. Horizontové výzvy a projekty jsou zaměřeny na ‚using AI to fight disinformation‘. Právě do takové výzvy jsme se i my zapojili s naším projektem před několika měsíci“⁹⁵.

Obecně existuje několik základních rysů dezinformací, na které si lze dávat pozor. Těmi se zabývají mimo jiné Miloš Gregor a Petra Vejvodová ve své knize o fake news: „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“⁹⁶.

⁹³ Nová světová válka. *Aktuálně.cz* [online]. [cit. 2022-01-29]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/valka-dezinformace-fake-news/r~7bfb35b23bb311e7886d002590604f2e/?redirected=152547561>

⁹⁴ "Officials Outline United Nations Fight Against Disinformation On Multiple Fronts As Fourth Committee Takes Up Questions Related To Information | Meetings Coverage And Press Releases". *United Nations* [online], 2021 [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: <https://www.un.org/press/en/2021/gaspd734.doc.htm>.

⁹⁵ Online rozhovor s Jakubem Šimkem (20. 1. 2022)

⁹⁶ GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. s. 124-125

Ján Markoš ve své knize *Sila rozumu v bláznivej dobe* uvádí několik „puncovních“ značek, které mohou čtenáři hledat při výběru informací, a které jim mohou pomoci se v záplavě informací zorientovat. Jedním z nich je výběr média. Uvádí, že v dnešní době se už nelze řídit jen grafickým provedením, protože i nejvíce zavádějící zdroje mají dobré mimikry. *„Dôveryhodnosť média nezávisí ani od jeho grafickej úpravy, ani od jeho názvu, ba ani od jeho schopnosti šíriť virálne svoje správy na sociálnych sieťach. Médium je dôveryhodné, ak dokáže transparentne doložiť, že si na seba dokáže zarobiť, prípadne ak má dôveryhodného donora. Jeho hodnovernosť tiež posilňuje, ak preň pracujú renomovaní novinári a ak ho za dôveryhodné považujú watchdogové iniciatívy venujúce sa mediálnej oblasti⁹⁷“.*

⁹⁷ MARKOŠ, Ján. *Sila rozumu v bláznivej dobe*. N-Press, 2019. ISBN 978809992501597. s. 123

5 Dezinformace v České republice

V českém internetovém prostředí se s dezinformacemi setkáváme v mnoha podobách, ať už se jedná o komentáře či příspěvky na sociálních sítích, řetězové emaily, nebo falešné zpravodajství dezinformačních webů. Jejich šíření umožňuje řada platform, kromě dezinformačních webů a asociálních sítí to jsou například online diskuse, nebo weby vydávající se za odborné, ať už zdravotnické, vzdělávací, nebo jiné. V průzkumu veřejného mínění Ministerstva vnitra z roku 2019 vyšlo najevo, že 43 % populace nepovažuje za snadné dezinformace rozpoznat, což umožňuje jejich další šíření.⁹⁸

Častým prostředkem šíření nejen dezinformací, ale i zmíněných misinformací a hoaxů, jsou řetězové e-maily. Jedná se o preposílání e-mailové zprávy, kterou často ani původní odesílatel sám nenapsal, ale již ji preposílal dál. Tyto zprávy obvykle obsahují bulvární, pobuřující, senzační, nebo emocionálně zabarvený obsah. Může se jednat od vtípně upravených fotek zvířat, až po nebezpečné konspirační teorie. *„Fenomén řetězových e-mailů je překvapující především svým podceňovaným dosahem. Ovlivňuje desetitisíce lidí, což je srovnatelné s dosahem celostátního tištěného deníku střední velikosti, třeba Lidových novin“*⁹⁹.

Hoaxy v mailu mohou přímo vybízet k šíření, neobvyklé nejsou ani zprávy cílící na strach člověka o své zdraví, nebo naopak snažící se apelovat na pověrčivost, jako *„pokud pošleš tento mail deseti lidem, do týdne zbohatneš,“* nebo *„pošli to dál, jinak někdo zemře“*¹⁰⁰. Konspirační teorie zase vyvolávají pocit výjimečnosti, prozření, jakési domnělé členství mezi vyvolenými. Ti, kdo jsou přesvědčeni o pravdivosti té či oné konspirační teorie věří, že odhalili pečlivě strážanou pravdu a jsou tedy oproti zbytku společnosti ve výhodě.¹⁰¹

Nejčastějšími šířiteli jsou podle výzkumů senioři, přes 90 procent seniorů užívajících internet uvádí, že se s nimi setkali, a více než 40 přiznalo, že si informace ze svých oblíbených zdrojů

⁹⁸ SPURNÝ, Martin. Výzkum veřejného mínění k problematice dezinformací. *Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám* [online]. Ministerstvo vnitra, 2019 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/clanek/vyzkum-verejneho-mineni-k-problematice-dezinformaci.aspx>

⁹⁹ Řetězové emaily. *Čeští elfové.cz* [online]. 2020 [cit. 2022-03-02]. Dostupné z: <https://cesti-elfove.cz/retezove-maily/>

¹⁰⁰ GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. s. 45

¹⁰¹ Tamtéž, s. 50

neověřují.¹⁰² Podle průzkumu organizace Elpida a Nadace 02 přiznává pětina seniorů, že se sám na šíření řetězových mailů podílí.¹⁰³

Jedním z hlavních důvodů je nízká mediální gramotnost. Tou rozumíme soubor „dovedností, znalostí a porozumění, které spotřebitelům umožňují efektivní a bezpečné využívání médií“¹⁰⁴. Mladé generace již vyrůstají zvyklé používat internet, je pro ně tedy snazší se zorientovat v jeho rizicích. Starší generace ovšem koncept kybernetických hrozeb a lživých mailů často vůbec neznají, zvláště pokud působí dostatečně věrohodně. „Zprávy varující před nebezpečím (obvykle jde o nebezpečí migrace) pak rozšiřují lidé nad 65 let až čtyřikrát více než osoby mladší“¹⁰⁵.

5.1 Dezinformační weby

V českém prostředí se často setkáváme s dezinformacemi na takzvaných dezinformačních webech, což jsou platformy formou i vzhledem připomínající zpravodajské servery.¹⁰⁶ Cílem existence těchto webů je především ovlivňování veřejného mínění, ale také šíření politické propagandy nebo finanční zisk.

Jejich nebezpečí spočívá ve snaze naklonit společenské mínění ve prospěch majitele tohoto webu, nebo něm publikujících autorů, a jejich ideologie. Neusilují tedy o objektivitu sdělení, ani dobro většiny. „Společným jmenovatelem je pak především naprosté ignorování etického novinářského kodexu (Syndikát novinářů ČR) a snahy o objektivní žurnalistiku“¹⁰⁷.

Seznam českých dezinformačních webů a hnutí je poměrně obsáhlý a celá oblast je dynamická. „Jádro české dezinformační scény je dlouhodobě tvořeno zhruba 40 aktivními dezinformačními a manipulativními weby. Toto číslo lehce kolísá, neboť síť dezinformačních webů je proměnlivá, některé weby zanikají, jsou ale nahrazovány novými“¹⁰⁸.

¹⁰² HRONOVÁ, Zuzana. Řetězové maily posílá pětina seniorů. Je v našem zájmu odnaučit je to, míní lektoři. *Aktuálně.cz* [online]. 2019 [cit. 2022-02-20]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/seniori-retezove-emaily-trollove-elpida/r-4bc1f5faef4a11e99d020cc47ab5f122/>

¹⁰³ ULRÝCHOVÁ, Tereza. Mezinárodní den seniorů: Každý pátý sdílí řetězové emaily, 40 procent neověřuje informace. *Seznam zprávy* [online]. 2019 [cit. 2022-03-02]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/mezinarodni-den-senioru-kazdy-paty-sdili-retezove-maily-40-procent-neoveruje-informace-79844>

¹⁰⁴ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média. 2.*, přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. s. 373

¹⁰⁵ ULRÝCHOVÁ, Tereza. Mezinárodní den seniorů: Každý pátý sdílí řetězové emaily, 40 procent neověřuje informace. *Seznam zprávy* [online]. 2019 [cit. 2022-03-02]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/mezinarodni-den-senioru-kazdy-paty-sdili-retezove-maily-40-procent-neoveruje-informace-79844>

¹⁰⁶ BENNET, W. Lance, a LIVINGSTON, Steven. “The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions.” [online] *European Journal of Communication*, vol. 33, no. 2, 2018. [cit. 2022-02-03]. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323118760317>, s. 125

¹⁰⁷ KRÁTKÁ ŠPALKOVÁ, Veronika. Výroční zpráva o stavu české dezinformační scény za rok 2019. *Evropské hodnoty* [online]. 2021 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: https://europeanvalues.cz/wp-content/uploads/2021/11/Vyrocní_zpráva_o_stavu_česke_dezinformacni_sceny_pro_rok_2019.pdf

¹⁰⁸ Tamtéž.

Mezi ty nejznámější se řadí AC24, Svět kolem nás, Lajkit, Vědomosti, Parlamentní listy, Aeronet, New World Order Opposition, Svobodné noviny, nebo Vlastenecké noviny. O tom, že se jedná o rozsáhlý seznam vypovídá například to, že „*kolekce zaměřená na dezinformace a dezinformační weby působící na českém internetu obsahuje přes 50 stránek*“¹⁰⁹. Kromě dezinformačních webů kopírující formu obsahu zpravodajských serverů ale obsahuje také „*konspirační, produkující hoaxy, provozující proruskou propagandu ad.*“¹¹⁰.

Poznávacích znaků je několik. Jedním z nich je absence transparency finančních zdrojů. „*Je časté, že jednotlivé weby skrývají vlastnické i finanční struktury, aby čtenář nevěděl, kdo za webem stojí a kdo ho financuje*“¹¹¹. Dále například vysoká frekvence článků s pro-ruským nebo pro-čínským narativem, nebo vydávání článků anonymně, nebo pod pseudonymy.

Co se týče obsahu, některá témata se napříč dezinformačními weby objevují často a opakovaně. Jsou to nenávistné kampaně zaměřené proti migrantům, tvrzení popírající vědecké objevy, nebo například snaha o odchod ČR z Evropské unie a protiunijní názory celkově. Až 70 % české veřejnosti se například podle průzkumu ztotožňuje s výrokem, že „*Evropská unie diktuje ČR, co má dělat a narušuje státní suverenitu ČR*“¹¹².

Obecně se objevuje snaha aktuální témata podávat ve zcela odlišné perspektivě, přinášet nové důkazy a názory odborníků tak, aby byla v očích čtenářů mainstreamová média diskreditovaná a nedůvěryhodná. „*Spojuje je také snaha vyvolat dojem, že oni jediní jsou schopni odhalovat pravdu a ochotni ji s veřejností sdílet. V některých případech se tento fakt promítl i do pojmenování samotného serveru, a proto v jádru dezinformační scény můžeme najít například web Bez politické korektnosti, Necenzurujeme, Skrytá pravda nebo Svobodné noviny*“¹¹³.

Nežřídká kdy se na dezinformačních webech objevují gramatické chyby, text působí chaoticky a nemá jasnou strukturu, vyskytuje se nadužívání interpunkce, především otazníků a vykřičníků, kombinace různých fontů, barev a velikostí písma pro upoutání pozornosti, nebo fotografie a videa bez jasně uvedeného zdroje a ve špatné kvalitě. Tak ovšem často pracují

¹⁰⁹ Dezinformační weby. *Webarchiv* [online]. [cit. 2022-02-03]. Dostupné z: <https://www.webarchiv.cz/cs/tematicke-kolekce/dezinformacni-weby?page=2>

¹¹⁰ Tamtéž.

¹¹¹ KRÁTKÁ ŠPALKOVÁ, Veronika. Výroční zpráva o stavu české dezinformační scény za rok 2019. *Evropské hodnoty* [online]. 2021 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: https://europeanvalues.cz/wp-content/uploads/2021/11/Vyrocní_zprava_o_stavu_ceske_dezinformacni_sceny_pro_rok_2019.pdf

¹¹² SPURNÝ, Martin. Výzkum veřejného mínění k problematice dezinformací. *Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám* [online]. Ministerstvo vnitra, 2019 [cit. 2022-01-13]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/clanek/vyzkum-verejneho-mineni-k-problematice-dezinformaci.aspx>

¹¹³ KRÁTKÁ ŠPALKOVÁ, Veronika. Výroční zpráva o stavu české dezinformační scény za rok 2019. *Evropské hodnoty* [online]. 2021 [cit. 2022-04-15]. Dostupné z: https://europeanvalues.cz/wp-content/uploads/2021/11/Vyrocní_zprava_o_stavu_ceske_dezinformacni_sceny_pro_rok_2019.pdf

i takzvané click-baitové servery, které „lákají na titulek slibující šokující odhalení, aby nám pak prezentovaly bezvýznamnou a překroucenou informaci obalenou obrovským množstvím reklamy“¹¹⁴.

Ne vždy je ale dezinformační web patrný na první pohled podle výše uvedených znaků – rozlišování mezi nimi a důvěryhodnými weby je zkomplikováno jejich novodobou sofistikovaností, grafickým zpracováním na vysoké úrovni a snahou maskovat dezinformace do zdánlivě věrohodných článků.

Existuje řada příruček a projektů, které se snaží rozvíjet mediální gramotnost napříč generacemi. „Mediálně gramotní lidé by měli být schopni provádět informovanou volbu, chápat povahu obsahu a služeb“¹¹⁵. Jedním z těchto projektů je metodická příručka *Dezinformační dezinfekce*, kterou vytvořil Jeden svět na školách ve spolupráci s Člověkem v tísní.¹¹⁶ Uvádí v ní pět základních a další navazující otázky, které by si měl příjemce mediálních sdělení pokládat při vyhodnocování věrohodnosti obsahu (viz Obr. 2).

 <p>KDO?</p>	<p>Kdo je autorem nebo tvůrcem sdělení? Jaké informace lze o autorovi nebo tvůrci sdělení dohledat? Kdo má kontrolu nad vznikem a šířením sdělení?</p>
 <p>CO?</p>	<p>Co je obsahem sdělení? Jaké názory či hodnoty jsou ve sdělení přítomny? Jsou ve sdělení uvedené zdroje? Jak se dají obsažené informace ověřit? Jaké informace či vyjádření nejsou ve sdělení zahrnuty?</p>
 <p>KOMU?</p>	<p>Jaké cílové skupině je sdělení určeno? Jakým způsobem se sdělení k příjemcům dostává a jak se případně dále šíří? Jak může sdělení ovlivnit názory, postoje a chování příjemců?</p>
 <p>JAK?</p>	<p>Jak se sdělení snaží upoutat pozornost? Jaký je jazyk a audiovizuální forma sdělení? Proč je právě v této podobě? Jaké emoce může sdělení v příjemcích vyvolat? Co je jejich příčinou?</p>
 <p>PROČ?</p>	<p>Proč bylo sdělení vytvořeno? Kdo má ze sdělení prospěch či užitek?</p>

Obr. 2: Návodné otázky pro posuzování věrohodnosti sdělení podle publikace *Dezinformační dezinfekce*¹¹⁷.

Zdroj: https://www.jsns.cz/nove/projekty/medialni-vzdelavani/materialy/dezinformacni_dezinfekce.pdf

¹¹⁴ VALŮCH, Jaroslav, Michaela ĎURKOVÁ, Kateřina ŠAFÁŘOVÁ a Karel STRACHOTA. *Dezinformační dezinfekce: výukové materiály ke (koronavirovým) dezinformacím : metodická příručka*. Praha: Člověk v tísní, 2020. ISBN 978-80-7591-045-5. s. 23

¹¹⁵ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. s. 373

¹¹⁶ VALŮCH, Jaroslav, Michaela ĎURKOVÁ, Kateřina ŠAFÁŘOVÁ a Karel STRACHOTA. *Dezinformační dezinfekce: výukové materiály ke (koronavirovým) dezinformacím : metodická příručka*. Praha: Člověk v tísní, 2020. ISBN 978-80-7591-045-5.

¹¹⁷ Tamtéž, s. 11

Jiný návod nabízí Ján Markoš v knize *Sila rozumu v bláznivej dobe*.¹¹⁸ Prvním krokem je podle něj sledování zpráv z důvodu občanské povinnosti, tedy skutečně za účelem porozumění světa kolem nás, nikoliv pouze pro zábavu. V opačném případě je snadné sklouznout k upřednostňování zábavných, odlehčených, nebo naopak emoce bičujících zpráv nad těmi informativními a často daleko méně zábavnými.¹¹⁹

Stejně tak je podle Markoše důležitý přehled osobností působících na lokální mediální scéně, kdo vlastní média, kteří jsou známí novináři a kdo je odborníkem na jaké téma. Dále vybízí ke sdílení jen těch zpráv, jimž opravdu důvěřujeme, sledování nejen lokálních, ale i renomovaných zahraničních médií, a placení za internetový zpravodajský obsah. A v neposlední řadě vyzdvihuje obecné vzdělávání a četbu, aby byl člověk schopen utvořit si vlastní názor a tématům skutečně porozumět.¹²⁰

¹¹⁸ MARKOŠ, Ján. *Sila rozumu v bláznivej dobe*. N-Press, 2019. ISBN 978809992501597. s. 236-237

¹¹⁹ Tamtéž, s. 236

¹²⁰ Tamtéž, s. 236-237

6 Fact-checking

Jelikož na online platformách často chybí filtr pro zveřejňované informace a obsah neprochází tak přísnou kontrolou, jako například tištěná média, uniká do veřejného prostoru mnoho neověřených informací a falešných zpráv. V jednotlivých redakcích fungují určité systémy kontroly a jsou pozice vyčleněné na ověřování informací před jejich zveřejněním, ne všechny zpravodajské servery ale disponují takovým personálem.

Ačkoliv je nereálné prověřit veškerý produkovaný materiál, existují iniciativy, které se věnují právě kontrole správnosti publikovaných zpráv a zpravodajského obsahu. Jedná se o takzvaný *fact-checking* neboli doslova kontrolu faktů. Práci jim ztěžuje jak množství dezinformačních webů a jednotlivých zpráv, rychlost, s jakou se dezinformace šíří a jsou přebírány i serióznějšími médii, omezené prostředky a stále sofistikovanější podoba nepravdivých příspěvků.

V České republice nefunguje v současné době žádný jednotící systém, který by tyto organizace a iniciativy sdružoval s redakcemi a vládou a vytvářel tak efektivní síť k boji proti dezinformacím. Podobný „media pool“ existuje například ve Finsku.¹²¹ Umožňuje členským subjektům sdílet poznatky a informace a zasahovat proti šířícím se dezinformacím v kratším čase a efektivněji.

6.1 Metody fact-checkingu

6.1.1 Ověřování faktů lidmi

Dnešní technologie se vyvíjí závratným tempem, lidský faktor je však stále potřeba nejen k jejich vývoji, ale také provozu a finální kontrole. Velká část fact-checkingových webů proto stále využívá k ověřování tvrzení a zpráv vyškolený personál. Ten postupně využívá dostupné zpravodajské metody k potvrzení či vyvrácení tvrzení, případně jeho opravě.

Mezi klasické metody patří rozhovory se zdroji, případně s dalšími odborníky kvalifikovanými v daném oboru, telefonáty se zúčastněnými osobami, e-maily, vyhledávání souvisejících textů a zpráv na internetu, prohledávání databází již dříve ověřených zpráv, a naopak usvědčených dezinformací, a v neposlední řadě řešerši dané problematiky.

¹²¹ *Mediapooli* [online]. [cit. 2022-02-10]. Dostupné z: <https://www.mediapooli.fi/en/>

„Zpravodajská média zabývající se fact-checkingovou žurnalistikou jsou členy mezinárodního sdružení *The International Fact-Checking Network* (např. AFP, APA, AAP, DPA, France Info, France 24, Le Monde, Libération, Reuters, The Washington Post)“¹²².

Tento proces je ze své podstaty časově náročný, ačkoliv i touto metodou mohou být některé zprávy ověřeny v rámci minut. Záleží na typu tvrzení. „Prosté zkopírování odstavce do vyhledávače nám často řekne, jestli se text už někdy objevil na internetu. Citace prisuzované politikům často pocházejí z internetových stránek zaměřených na parodie. Zkopírování do vyhledávače dokáže najít jejich původce za několik vteřin,“¹²³ popisuje své ověřovací metody AFP.

Jiné postupy ovšem mohou trvat i několik dní. To popisuje i Jakub Šimko, který v rámci příprav nástroje pro automatizaci kontroly faktů trávil hodiny rozhovory s personálem fact-checkingových webů, aby zjistil, ve kterých oblastech nejvíce využijí pomoc umělé inteligence: „Další věc, kterou fact-checkeři řeší je například to, že když se pustí do kontroly jedné zprávy, může jim to trvat celý den, nebo i několik dní, protože jde o rozsáhlé ověřování a dohledávání informací. A právě v dohledávání informací cítíme obrovskou příležitost. Měli by mít možnost někde zadat ověřovaný text, nebo url adresu, kde něco našli, a od stroje dostat všechny možné informace a zdroje co by se jim mohly hodit pro kontrolu“¹²⁴.

S náročností dohledávání souvisejícího materiálu souhlasí i AFP: „Pokud je komentář prisouzen nějaké osobě, hledáme důvěryhodný zdroj (audio nebo video nahrávku, oficiální přepis) a nahlédneme také do účtů dané osoby na internetu, abychom si vše ověřili. Dále se na tuto osobu přímo obrátíme a požádáme ji o ověření tvrzení“¹²⁵. Provádění rozhovorů a potvrzení či vyvrácení správnosti tvrzení přímo od uvedené osoby je pochopitelně jednou z nejefektivnějších cest ověření, ne u všech zpráv je ale možné ji použít. Pokud je tedy potřeba dohledávat další sekundární zdroje, jedná se o časově i personálně náročný proces.

Oblastí, v nichž může automatizace lidem tyto klasické metody usnadnit a zefektivnit je celá řada, byť ne všechny lze u každé kontroly využít, a ne všechny jsou stejně přesné. „Je totiž potřeba si říct, co všechno má ten software umět, úloh na podporu fact-checkingu je x. Můžeme

¹²² Žurnalistika ověřování faktů (popř. fact-checkingová žurnalistika). *COVID-19 infodemie: AI komunikační platforma potlačující infodemii ve vazbě na novinářskou a mediální etiku* [online]. [cit. 2022-03-12]. Dostupné z: <https://www.infomore.cz/cs/slovník/zurnalistika-overovani-faktu/>

¹²³ Ověřování faktů: jak to funguje. *AFP – Na pravou míru* [online]. [cit. 2022-03-10]. Dostupné z: <https://napravoumiru.afp.com/overovani-faktu-jak-funguje>

¹²⁴ Online rozhovor s Jakubem Šimkem (20. 1. 2022)

¹²⁵ Ověřování faktů: jak to funguje. *AFP – Na pravou míru* [online]. [cit. 2022-03-10]. Dostupné z: <https://napravoumiru.afp.com/overovani-faktu-jak-funguje>

se tedy bavít o tom, že jdeme připravit fact-check worthiness prediction, to znamená že jdeme odhadovat, zda se vůbec něco vyplatí fact-checkovat nebo ne. Nebo můžeme k textu hledat spolehlivé zdroje, které se mu podobají. Nebo se můžu dívat do databáze existujících fact-checků a hledat, jestli už to někde nebylo. Nebo to hledat v databázi známých existujících dezinformací a porovnávat to s ní. A tak dále. A to všechno jsou úplně jiné funkce, každá je jinak složitá a jinak se připravuje. Dál záleží třeba na tom, jak přesná daná funkce bude“¹²⁶.

Nicméně v určitých ohledech je lidský faktor nezastupitelný. Obzvláště u komplexnějších, sofistikovanějších a obsáhlejších zpráv, kde je nezbytná kombinace několika metod a jejich správná volba a provedení.

Zároveň, ačkoliv je automatizované generování souvisejících zdrojů daleko rychlejší než jejich ruční vyhledávání, jejich následné třídění a využití opět vyžaduje lidskou práci. *„Je také potřeba si dát pozor s jak obtížně zpracovatelnými daty pracujeme. Některá jsou totiž tak složitá, že ani člověk v nich nedokáže hledané parametry určit, natož to naučit stroj. Ano, ve spoustě úkolů dokážou stroje překonat lidi, ale ne zrovna v tomto“¹²⁷.*

6.1.2 Automatizace ověřování faktů

V současné době začíná řada fact-checkingových serverů pro více či méně kroků v procesu ověřování faktů využívat počítač a nástroje umělé inteligence. Náročnost přípravy takového nástroje se liší a odvíjí se od jazyka, ve kterém daný server operuje, dostupných finančních prostředků, kvalifikace personálu, a v neposlední řadě právě od specifických funkcí, které od nástroje očekáváme.

„Jedna věc je sběr požadavků od budoucích uživatelů, což je běžný krok v každém softwarovém projektu. Označujeme to jako analýzu a specifikaci softwaru. Analýza je průzkum, jaké problémy uživatelé řeší, v jakém prostředí pracují, jaké u nich existují procesy... A pak se řeší samotná umělá inteligence, která poběží "pod kapotou". U té se to musí nadefinovat, co to má dělat. Pokud to má například detekovat podobnost textů, tak si musím nasbírat obrovské množství vzorků a určit, které se budou navzájem porovnávat, označit si které se podobají a které ne, a na nich se AI učí...“¹²⁸ uvedl Jakub Šimko z KinIt, podílející se na přípravě nástroje pro kontrolu faktů.

¹²⁶ Online rozhovor s Jakubem Šimkem (20. 1. 2022)

¹²⁷ Tamtéž.

¹²⁸ Tamtéž.

Jako u většiny softwarů, začíná proces přípravy nástroje analýzou a specifikací produktu, softwarovým inženýrstvím, sběrem dat pro strojové učení nástroje a až následně samotným trénováním umělé inteligence.

„Na začátku, než se pustíme do samotné přípravy uživatelského rozhraní, musíme si ověřit, jestli se naše představa shoduje s představou uživatele. Jinak se může stát, že polovinu věci děláme zbytečně, polovina naopak chybí, uživatel neví, co s tím a musíme se zbytečně vracet o několik kroků zpět. Takže abychom tomu předešli, nakreslíme si to nejdřív na papír a ukážeme jim, jak by to mohlo být, co bude kde, co si představují, že se stane, když kliknou tady a tam... Říká se tomu vodopádový přístup, a aplikuje se takzvaná interaktivně inkrementální, případně až agilní metodologie vývoje softwaru. Jde tedy o co nejmenší, nejlevnější prototyp – v tomto případě papír. A uživatel mi opravdu prstem ukazuje, kam chce kliknout, co mu má kam vyskočit, a pomocí dalších a dalších papírů rozpracováváme model. To je ale všeobecné softwarové inženýrství, tedy ani v případě nástrojů pro kontrolu faktů a dezinformací nejde o nic speciálního,“¹²⁹ popisuje proces Jakub Šimko.

Automatizované metody mohou fact-checkerům zásadně usnadnit práci nebo jim pomoci ji zefektivnit. *„V závislosti na složitosti zprávy to může trvat 1-5 dní. Vzhledem k časovým a personálním omezením se nemůžeme pouštět do dlouhodobých šetření,“¹³⁰* uvádí k času kontroly faktů běžnou metodou Ladka Mortkowitz z AFP.

Vývoj nástrojů na automatizaci fact-checkingu ale vyžaduje jak finance, tak schopné pracovníky. Na dotaz, který ze zmíněných aspektů je důležitější odpověděl vývojář a expertní výzkumník Jakub Šimko: *„Je to obojí. A ještě znalosti, jak to udělat. Hlavním limitem jsou jednoznačně data – vědět kde je nasbírat, jak je dobře očistit, sestavit vyvážený a kvalitní dataset... to chce určitou expertízu.“¹³¹*

Specifický a o to náročnější je také vývoj nástrojů pro méně rozšířené jazyky, které jsou označovány jako *low resource languages*. To znamená, že pro ně neexistuje dostatek kvalitně označených datasetů, na kterých by se program mohl učit.

Jakub Šimko k této problematice uvedl svou zkušenost: *„Slovenština a čeština má oproti angličtině a některým dalším jazykům ten problém, že pro ně neexistuje tolik označovaných dat, to znamená, že by byl set textů, u kterých by se vědělo, co v nich je, jakého jsou charakteru, jaké informace obsahují. Takový dataset vytváří člověk, ručně označuje, která informace je*

¹²⁹ Online rozhovor s Jakubem Šimkem (20. 1. 2022)

¹³⁰ Online rozhovor s Ladkou Mortkowitz (19. 1. 2022)

¹³¹ Online rozhovor s Jakubem Šimkem (20. 1. 2022)

jakého charakteru. Nebo jsou datasety automaticky nebo poloautomaticky vytvořené, ale i ty musí člověk kontrolovat, aby byly spolehlivé. Když je teda dataset, který obsahuje i část nepravdivých informací, a ty jsou označené, dokáže se to stroj naučit rozpoznat. Čím více příkladů dostane, tím přesněji dokáže sám vyhodnotit, co je a co není pravdivé. A právě takovéto označované datasety ve větším rozsahu pro slovenštinu určitě neexistují, pro češtinu nevím jistě. Existující datasety jsou malé a nestačí.

Existují i přístupy, které se to snaží určovat ne přímo, ale na více kroků. Znamená to, že se nesnaží rovnou určit, jestli je informace pravdivá, nebo ne, ale vypočítat postupně jednodušší charakteristiky. Takovou charakteristikou může například být, jestli věta obsahuje vulgarismy, emočně zabarvená slova, nebo gramatické chyby. Týká se to tedy charakteristik běžných pro dezinformační obsah, ale neřeší přímo pravda/nepravda. Takto vyhodnocená informace pak pokračuje ke člověku, který ji dále ověří. Taková finta se používá právě v případech nedostatečného množství přímých anotací na naučení kontroly fakt jako celku, ale dostatečný pro tato částečná kritéria¹³².

Nevýhodou u automatizované kontroly může být také zpracování vlastního výstupu, který je dále publikován. Buď jej musí zpracovat člověk a zkontrolovat editor, čímž se ovšem snižuje požadovaná úspora času celkového zpracování, nebo jej může dle naučených šablon také zpracovat stroj. U těchto výstupů ovšem hrozí, že jejich jazyk nebude dostatečně věrohodný, přirozený a srozumitelný, musí tedy taktéž projít kontrolou.

6.2 Vybrané evropské fact-checkingové servery

6.2.1 EUFactCheck

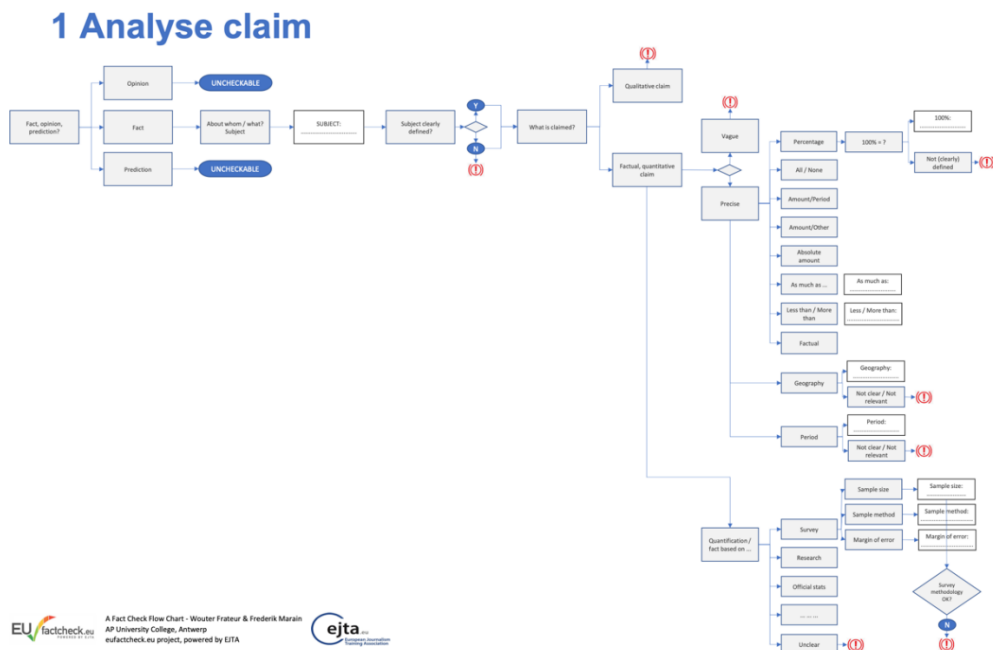
EUFactCheck je fact-checkingový sever, který se zaměřuje na ověřování faktů týkajících se evropské politiky a témat. Studenti žurnalistiky ze škol napříč Evropou, které jsou do projektu zapojeny, ověřují a hodnotí tvrzení politiků a dalších osob. Tento server je jedním z projektů Evropské asociace pro vzdělávání v žurnalistice (EJTA), který se zaměřuje na ověřování faktů. Jeho cílem je vytvořit udržitelný učební plán zaměřený na ověřování faktů v rámci evropské sítě žurnalistických škol.¹³³

¹³² Online rozhovor s Jakubem Šimkem (20. 1. 2022)

¹³³ About us. *EUFactCheck* [online]. [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/about-us/>

„Prostřednictvím ověřování faktů o evropských politických tvrzeních a snahy bojovat proti dezinformacím chceme, aby si naši studenti a veřejnost vypěstovali hlubší vhled a zájem o demokratické procesy na národní i evropské úrovni“¹³⁴.

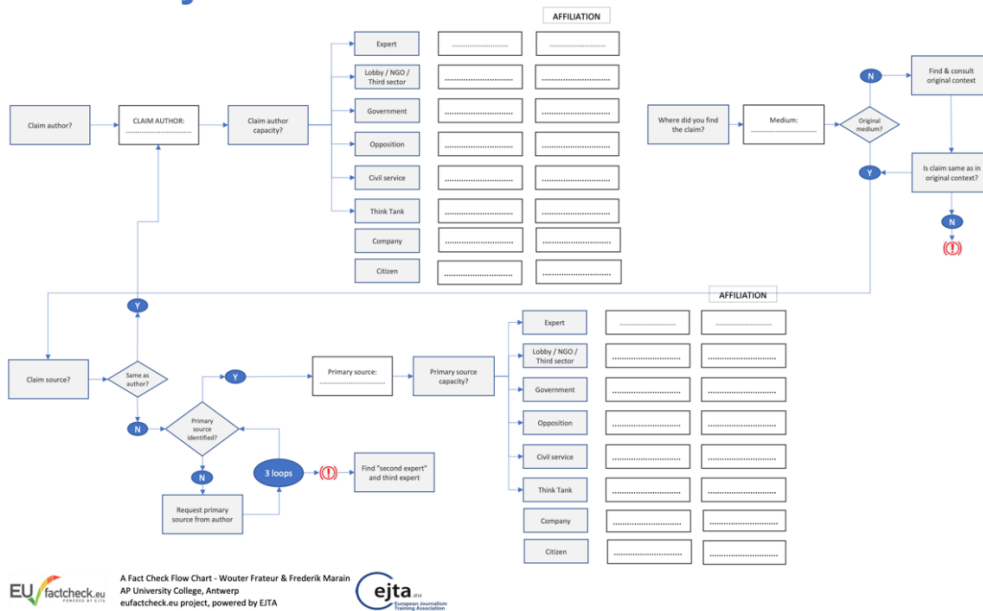
K ověřování a vyhodnocování pravdivosti používají pracovníci tři schémata, která pro účely projektu vytvořili Wouter Frateur a Frederik Marain, oba z AP University College, Antverpy, Belgie.



Obr. 3: Schéma pro analýzu výroků. Zdroj: <https://eufactcheck.eu/about-us/eufactcheck-flowchart/>

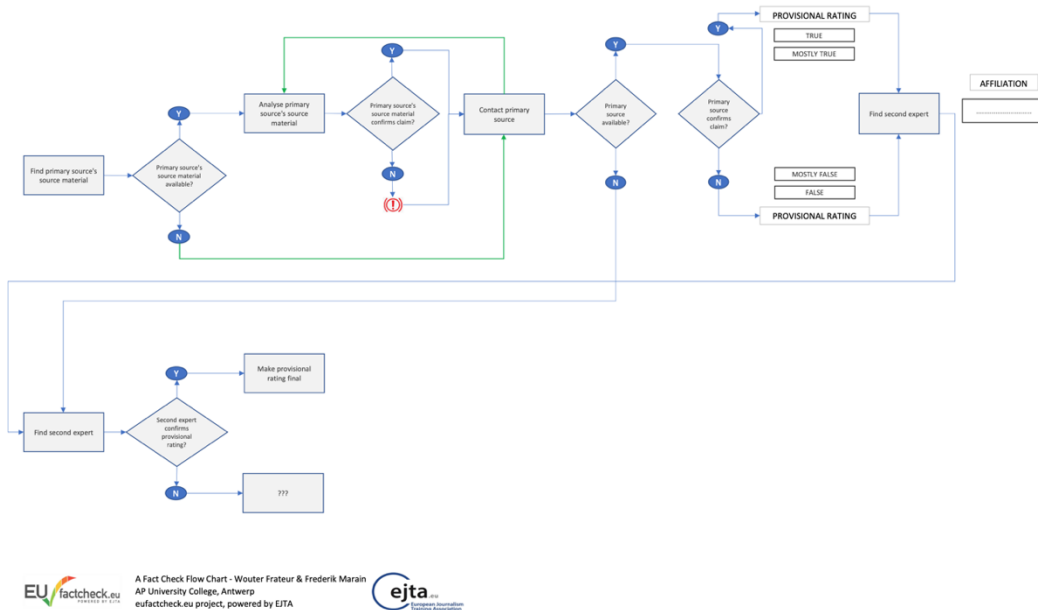
¹³⁴ About us. *EUFactCheck* [online]. [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/about-us/>

2 Analyse author / source



Obr. 4: Schéma pro analýzu autora/zdroje. Zdroj: <https://eufactcheck.eu/about-us/eufactcheck-flowchart/>

3 Fact check



Obr. 5: Schéma pro ověřování faktů. Zdroj: <https://eufactcheck.eu/about-us/eufactcheck-flowchart/>

6.2.2 Full Fact

Full Fact je britská fact-checkingová společnost, která se vývojem metody pro automatizovanou kontrolu faktů zabývá už od roku 2015. Kromě detekce faktů využívá společnost automatizaci, která umožňuje sledovat, kolikrát se nepravdivé tvrzení opakovalo. Tato funkce pomáhá ověřovatelům faktů reagovat na tvrzení v reálném čase. Full Fact ověřuje

jak zprávy ze zpravodajských serverů, tak obrazový materiál, tvrzení v podcastech, živé přenosy z debat politiků a další.

Iniciativa Digital News společnosti Google udělila společnosti Full Fact 50 000 eur na financování prototypu nástroje „*FACTS: Factchecking Automation and Claim Tracking System*“. Podle vývojářů Full Fact se má jednat o první plně automatizovaný systém pro kontrolu faktů od začátku do konce.¹³⁵

Má dva základní módy: Jeden identifikuje tvrzení, která již byla dříve ověřena z hlediska faktů, a rovnou poskytuje stručné, přesné verdikty ohledně jejich pravdivosti. Druhý, inovativní, ověřuje fakta automaticky pomocí zpracování přirozeného jazyka a statistické analýzy, a v reálném čase.¹³⁶ Jelikož svůj nástroj pro ověřování faktů poskytují také dalším fact-checkingovým subjektům, je stejný nástroj používán například v řadě afrických zemí.¹³⁷

„*Nejenže se nyní objevuje více tvrzení než kdykoli předtím, ale mohou se také šířit rychleji než kdykoli předtím. Kontrola faktů musí držet krok a automatizace může pomoci,*“¹³⁸ uvádí provozní ředitelka a zástupce generálního ředitele Mevan Babakar.

Pracovníci Full Fact stále tvrzení po automatickém vyhodnocení kontrolují, a po zveřejnění také v případě potřeby opravují. Podle ředitele projektu Willa Moye je lidský prvek i u automatizovaných metod klíčový, protože analýza dostupných informací někdy vyžaduje kontext a úsudek.¹³⁹

„*Některé typy tvrzení lze zpracovat stejně snadno jako kontrolu pravopisu, ale některá tvrzení budou vždy vyžadovat lidský úsudek, například o tom, co je spravedlivý a vyvážený způsob vyjádření, nebo jaké metody analýzy by měly být použity k zodpovězení otázky týkající se zločinu*“¹⁴⁰.

Materiál k analýze shromažďuje Full Fact z předních zpravodajských webů, platform sociálních médií, nebo i projevů v živém televizním vysílání. Jakmile je k dispozici vstupní text určený ke kontrole, je rozdělen na jednotlivé věty. Ty fungují jako základní, nejmenší

¹³⁵ About us: Automated Fact Checking. *FullFact.org* [online]. [cit. 2022-02-01] Dostupné z: <https://fullfact.org/about/automated/>

¹³⁶ BABAKAR, Mevan. "Google Supports Full Fact To Build Automated Factchecking Tools" [online]. *Full Fact*, 2016. [cit. 2022-02-01] Dostupné z: <https://fullfact.org/blog/2016/nov/automated-factchecking-dni/>.

¹³⁷ About us: Automated Fact Checking. *FullFact.org* [online]. [cit. 2022-02-01] Dostupné z: <https://fullfact.org/about/automated/>

¹³⁸ Tamtéž.

¹³⁹ SEPPALA, Timothy J. „Full Fact wants to automate fact checking to fight fake news“. *Engadget.com* [online], 2018 [cit. 2022-02-11] Dostupné z: https://www.engadget.com/2016-11-17-full-fact-wants-to-automate-fact-checking-those-are-the-facts.html?utm_content=buffer6f05d&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer

¹⁴⁰ Tamtéž.

jednotka pro kontrolu faktů. Ve větách je identifikováno tvrzení – to je autory definováno jako kontrolovatelná část jakékoli věty, kterou pronese politik, novinář nebo je publikována online. „Existuje mnoho různých typů tvrzení – od tvrzení o množství (‘HDP vzrostl o x %’), tvrzení o příčině a následku (‘tato politika vede k y’), prediktivních tvrzení o budoucnosti (‘ekonomika poroste o z’) a dalších“¹⁴¹.

Označená tvrzení nástroj porovná s databází již zkontrolovaných tvrzení a zároveň i s databází již potvrzených dezinformací, jestli nenajde shodu. Jazyk tvrzení je ovšem často specifický a nejednoznačný, v závislosti na autorovi tvrzení a stylu jeho projevu.

Součástí nástroje je klasifikátor typů tvrzení, který kontrolory faktů navede na tvrzení, která by mohla stát za prozkoumáním. „Pomáhá nám identifikovat a označit každou novou větu podle toho, jaký typ tvrzení obsahuje (zda se týká příčiny a následku, množství atd.)“¹⁴².

Tento nástroj vychází z modelu BERT společnosti Google Research, který byl předem natrénován na stovkách milionů vět ve více než 100 jazycích.¹⁴³ Tento model Full Fact upravil pomocí vlastních anotovaných dat. Označování tvrzení tímto způsobem filtruje objem dat potenciálně vhodných k ověření ze stovek tisíc na desítky tisíc. Účelem je umožnit uživatelům nástroje zorientovat se ve všech souvisejících informacích.

Stále probíhá sémantické obohacování obsahu, čímž se rozšiřuje schopnost modelu rozeznat podobné výrazy a identifikovat jazykové vzorce, které lze automaticky kontrolovat. Prvním krokem je identifikace osob, míst a dalších hodnotných entit, přičemž se identifikují zájmové entity a přiřazují se k externím URI. Poté duplikujeme informace ve více větách, abychom identifikovali a seskupili sémanticky podobné odkazy (např. „prezident“ a „Joe Biden“).¹⁴⁴

„Dáváme si pozor, abychom naše výsledky nepřeceňovali. Mnoho lidí tvrdí, že umělá inteligence a strojové učení je všelék, ale my jsme v první linii ověřování faktů od roku 2010, takže z první ruky víme, jak obtížné ověřování faktů je. Lidé v dohledné době z tohoto procesu nikam nezmizí – a ani bychom to nechtěli“¹⁴⁵.

¹⁴¹ About us: Automated Fact Checking. *FullFact.org* [online]. [cit. 2022-02-01] Dostupné z: <https://fullfact.org/about/automated/>

¹⁴² Tamtéž.

¹⁴³ Tamtéž.

¹⁴⁴ Tamtéž.

¹⁴⁵ Tamtéž.

6.2.3 AFP Factcheck

Součástí služeb a produktů AFP Media hub je také AFP fact check. Služby kontroly faktů poskytují za poplatek dalším médiím i soukromým subjektům.

Spolupracují mimo jiné s Facebookem na detekci a korekci dezinformací. „AFP je naším nejrozsáhlejším globálním partnerem pro ověřování faktů, který s námi spolupracuje téměř na všech kontinentech v boji proti šíření dezinformací. Jejich globální zpravodajská stopa je pro náš program neocenitelná a my jsme rádi, že můžeme jejich odborné znalosti přenést do USA,“¹⁴⁶ uvádí Keren Goldshlager z Integrity Partnership.

Ladka Mortkowitz, jedna z AFP fact-checkerů popisuje proces kontroly faktů: „Nejprve vyhledávám potenciálně nepravdivý obsah. Provedu několik předběžných šetření, abych zjistila, zda skutečně stojí za vyvrácení (to často zahrnuje ověření u kolegů z AFP po celém světě; falešné zprávy často cestují a jejich mutace existují v mnoha jazycích). V případě potenciálně falešných obrázků videí používám výše zmíněné nástroje. Když jsem si jistá, že je tvrzení ‚vyvrátitelné‘, předám zprávu redaktorům. Poté začnu shromažďovat důkazy (rozhovory s odborníky, vyhledávání v databázích, kontaktování organizací nebo státních orgánů atd.). Jakmile mám dostatek důkazů, napíšu příběh, který pak projde redakčním procesem. Když je hotová finální verze, přeložím ji do češtiny a zveřejním. Pomocí nástroje na Facebooku pak ‚škrtnu‘ nepravdivé příspěvky tím, že je označím jako ‚nepravdivé‘, ‚částečně nepravdivé‘, ‚zavádějící‘, ‚vytržené z kontextu‘ atd. a připojím k nim svůj příběh jako důkaz“¹⁴⁷.

AFP používá pro fact-checking kombinaci strojových a klasických reportérských metod. „Záleží na povaze dezinformace. Používáme vše od klasických zpravodajských metod (rozhovory se zdroji, telefonáty, e-maily, vyhledávání na internetu) až po různé nástroje pro ověřování faktů, jako je interní nástroj Facebooku – Claim Check, který sdružuje obsah označený uživateli jako podezřelý. Dále CrowdTangle a Whopostedwhat.com, kde lze příspěvky vyhledávat podle klíčových slov nebo částí textu. Nebo InVID Verification Plugin, který je užitečný při analýze videí. S tím souvisí různé nástroje pro reverzní vyhledávání obrázků, jako jsou Google photos, Baidu, Yandex nebo TinEye; a samozřejmě sleduji seznam

¹⁴⁶ AFP Factcheck – They Trus Us. AFP [online]. [cit. 2022-02-11] Dostupné z: <https://fullfact.org/about/automated/https://view.afp.com/afp-fact-check-en/p/1>

¹⁴⁷ Online rozhovor s Ladkou Mortkowitz (19. 1. 2022)

publikací a účtů na sociálních sítích, o nichž je známo, že šíří nepravdivé informace,¹⁴⁸ vysvětlila Ladka Moirtkowitz z AFP.

„Použitá metoda je přizpůsobena povaze dezinformací. Vyvrácení textu bude pravděpodobně vyžadovat klasické zpravodajské techniky, jako je kontaktování osob zmíněných v textu, případně odborníků, procházení oficiálních dokumentů, vyhledávání lékařských studií atd. Podezřelé video je třeba analyzovat pomocí hellp InVID, který jej rozřeže na klíčové snímky, jež lze následně použít při zpětném vyhledávání obrazu. InVID dokáže analyzovat také metadata a další informace obsažené ve videu,¹⁴⁹“ upřesnila Ladka Mortkowitz.

System kontroly faktů v AFP je ovšem stále velmi závislý na lidském faktoru a spíše než automatizovanou metodu používají fact-checkeři nástroje pro usnadnění kontroly obrazového obsahu. Na dotaz, jak daleko jsou v procesu automatizace, odpověděla Ladka Motkowitz: *„Mám pocit, že nejsme daleko téměř vůbec, zejména ve fázi identifikace. Ocenila bych nástroj, který by uměl shromažďovat větší množství potenciálně falešného obsahu¹⁵⁰“*.

AFP je zapojeno do projektu CEDMO (Central European Digital Media Observatory), jehož cílem je *„interdisciplinární výzkum dezinformací, včetně jejich detekce za pomoci prvků umělé inteligence, posilování digitální a mediální gramotnosti a rozvoj fact-checkingových platforem¹⁵¹“*.

6.3 Vybrané české fact-checkingové servery

6.3.1 Demagog

Demagog.cz vznikl jako dobrovolnický a neziskový projekt v roce 2012. Navázal tak na slovenskou verzi projektu, přičemž pro svou práci čerpá inspiraci ze zahraničních fact-checkingových webů jako PolitiFact, který byl oceněn Pulitzerovou cenou, Factcheck.org, nebo The Washington Post Fact Checker¹⁵².

Za svou dobu působení získal projekt několik ocenění, mezi nimiž je například Novinářská cena 2012 - cena Google za inovativní občanskou online žurnalistiku, nebo Křišťálová lupa – opakovaná umístění v TOP10 v kategoriích projekt roku a veřejně prospěšná služba.

¹⁴⁸ Online rozhovor s Ladkou Mortkowitz (19. 1. 2022)

¹⁴⁹ Tamtéž.

¹⁵⁰ Tamtéž.

¹⁵¹ SEQUENSOVÁ, Linda. "Projekt Central European Digital Media Observatory (CEDMO) Bude Sídlet V Praze | Fakulta Sociálních Věd UK". *Fsv.Cuni.cz* [online], 2021. [cit. 2022-02-11] Dostupné z: <https://fsv.cuni.cz/aktuality/projekt-central-european-digital-media-observatory-cedmo-bude-sidlit-v-praze>.

¹⁵² "O Nás — Demagog.cz". *Demagog.cz* [online]. [cit. 2022-02-21] Dostupné z: <https://demagog.cz/stranka/o-nas>.

Činnost Demagog.cz spočívá v ověřování pravdivosti výroků a tvrzení českých politiků. Upozorňují na nepravdivé, zavádějící a manipulativní tvrzení. Projekt není spjat s žádnou politickou stranou ani hnutím, pro zajištění nezávislosti je financován z více zdrojů, a ve své práci klade důraz na etické standardy žurnalistické práce. „*Demagog.cz je signatářem kodexu mezinárodní fact-checkingové organizace IFCN a zavazuje se řídit jeho principy*“¹⁵³.

Po vyhodnocení jsou výroky rozděleny do čtyř kategorií: Pravda, Nepravda, Zavádějící a Neověřitelné. Hodnocena nejsou názorová prohlášení a nejsou hodnoceny hodnotící soudy, protože je nelze zhodnotit objektivními a nestrannými metodami. Dále ze stejného důvodu nehodnotí ani banality, predikce a obecně známá fakta.¹⁵⁴

Demagog.cz je stejně jako AFP součástí CEDMO projektu. V květnu 2020 se navíc Demagog.cz připojil k AFP ve spolupráci s Facebookem. V rámci této iniciativy nezávislé fact-checkingové organizace ověřují pravdivost instagramových a facebookových postů, v případě Demagog.cz jde především o posty českých politických představitelů.¹⁵⁵

6.3.2 Čeští elfové

Jedná se o občanské hnutí, které „*mapuje, analyzuje a aktivně bojuje proti cizím dezinformačním kampaním na českém internetu. Volnou inspiraci našli v podobném hnutí Elfů z pobaltských republik, kteří už léta bojují proti ruským hybridním a dezinformačním operacím*“¹⁵⁶. Motivací pro práci Českých elfů je hájení demokracie a její ochrana před cílenými dezinformačními kampaněmi.

Hnutí je nestranné (apolitické) a členové jsou jak z řad liberálů, tak konzervativců. „*Jako organizace jsou, pokud jde o vnitřní politiku, názorově neutrální. Mezi jejich členy najdete příznivce levice i pravice, liberály i konzervativce*“¹⁵⁷. Spojuje je ale obecná prozápadní a prodemokratická orientace realizovaná členstvím v EU a NATO: „*ČE se tedy logicky vyhraňují proti extrémistickým a protizápadním stranám, které usilují o revizi polistopadové zahraničně-politické orientace ČR*“¹⁵⁸.

Mezi jejich aktivity patří analýza řetězových emailů včetně snahy o mapování trasy šíření, hlavních uzlů a šířitelů. Vydávají týdenní přehledy monitoringu dezinformačních webů, kde

¹⁵³ "O Nás — Demagog.cz". *Demagog.cz* [online]. [cit. 2022-02-21] Dostupné z: <https://demagog.cz/stranka/o-nas>.

¹⁵⁴ Tamtéž.

¹⁵⁵ "Demagog.cz Bude Fact-Checkovat Obsah Na Facebooku – Demagog.cz" [online]. *Demagog.cz*. [cit. 2022-02-21] Dostupné z: <https://demagog.cz/diskuze/demagog-cz-bude>

¹⁵⁶ "Čeští Elfové – Kdo Jsme" [online]. *Čeští elfové*. [cit. 2022-02-22] Dostupné z: <https://cesti-elfove.cz/uvodni-strana/>

¹⁵⁷ "FAQ: Mýty & Fakta O Elfech". *Čeští elfové* [online]. [cit. 2022-02-21] Dostupné z: <https://cesti-elfove.cz/faq-myty-fakta-o-elfech/>.

¹⁵⁸ Tamtéž.

uvádějí aktuálně rozšířená dezinformační témata, přičemž ty nejrozšířenější a nejčastěji sdílené současně vyvracejí a uvádí na pravou míru. Podobné reporty vydávají také pro sociální sítě, ačkoliv ne týdně. Další z aktivit je měsíční přehled dezinformačních aktivit napříč českým kybernetickým prostorem.

7 Pandemie onemocnění COVID-19 a dezinformace

Druhým zvoleným tematickým okruhem je pandemie COVID-19. Informační přehlčení dnešní doby se obzvlášť v tomto krizovém období ukázalo jako úrodná půda dezinformací. K novému viru a nastalé pandemii bylo dezinformací nepřehledné množství a neustále přibývaly. Než stihly fact-checkeři vyvrátit jednu, rozšířily se po sociálních sítích desítky dalších a řada jich pocházela i od odborníků nebo zdravotníků, takže působily velmi přesvědčivým dojmem. Celá situace byla v tomto rozsahu v novodobé historii bezprecedentní.

Za vznikem pandemie stálo rozšíření respirační choroby způsobené koronavirem SARS-CoV-2.¹⁵⁹ Onemocnění způsobené tímto typem viru bylo poprvé identifikováno v prosinci 2019 v čínském Wu-Chanu. Případů onemocnění rapidně přibývalo, nákaza byla prokázána postupně celkem ve 225 zemích a územích.¹⁶⁰ Globální stav zdravotní nouze vyhlásila Světová zdravotnická organizace (WHO) v lednu 2020¹⁶¹, stav pandemie o dva měsíce později, v březnu 2020¹⁶².

Zprávy o šíření koronaviru, počtech úmrtí, zahlcených zdravotnických systémech, možnostech léčby, prevence, následcích a dalších aspektech zaplavily média. Spolu s nimi ovšem kolovaly po sítích falešné, a často i zdraví nebezpečné zprávy. Jedněmi z nich byla například řada doporučení o požití dezinfekce, čistících prostředků, velkého množství česneku, vitamínů a podobně, jakožto prevence nákazy koronavirem. Šíření těchto falešných a vědecky nepodložených zpráv mělo za následek stovky obětí a tisíce hospitalizovaných: „*Nemocnice zároveň kvůli dezinformacím kolujícím na sociálních sítích přijaly okolo 5800 lidí, kteří se pokoušeli koronavirus vyléčit nebo mu předejít nebezpečným způsobem*“¹⁶³.

Požívání zdraví nebezpečných látek za údajným účelem prevence ovšem nebyl jediný nebezpečný řetězec dezinformací: „*170milionový dosah měl v Indii hashtag #coronajihad a #muslimvirus, který zaplavil indické sociální sítě. Obviňoval muslimy ze záměrného šíření*

¹⁵⁹ Onemocnění COVID-19, nový koronavirus SARS-CoV-2 - je nepravděpodobné, že se virus přenáší potravinami. *Státní zdravotní ústav* [online]. [cit. 2022-03-10] Dostupné z: <http://www.szu.cz/tema/bezpecnost-potravin/onemocneni-covid-19-novy-koronavirus-sars-cov-2-je>

¹⁶⁰ "Countries Where Coronavirus Has Spread - Worldometer" [online]. *Worldometers.info*. [cit. 2022-03-10] Dostupné z: <https://www.worldometers.info/coronavirus/countries-where-coronavirus-has-spread/>

¹⁶¹ WHO vyhlásila globální stav zdravotní nouze, ČR rozšiřuje opatření na všechna česká letiště a zavádí infolinku. *Státní zdravotní ústav* [online], 31. 1. 2020 [cit. 2022-03-10]. Dostupné z: <http://www.szu.cz/tema/prevence/who-vyhlasila-globalni-stav-zdravotni-nouze-cr-rozsiruje>

¹⁶² "WHO Director-General's Opening Remarks At The Media Briefing On COVID-19 - 11 March 2020" [online]. *Who.int*, 11. 3. 2020. [cit. 2022-03-12] Dostupné z: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>

¹⁶³ „Dezinformace kolem koronaviru zabily nejméně 800 lidí. Lidé se chtěli chránit požitím chemikálií“. *iROZHLAS* [online], 13. 8. 2020 [cit. 2022-03-10]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/koronavirus-dezinformace-fake-news_2008130646_zit

koronaviru. Z Indie pak přeskočil do Velké Británie, kde jej začaly používat skupiny hlásající nadřazenost bílé rasy. Když už jsme v Británii, dezinformace o spojitosti sítí 5G s šířením koronaviru vedly k několika incidentům zapálení vysílačů mobilních operátorů či napadání pracovníků pokládajících optické kabely“¹⁶⁴.

Potřeba roztrždit dostupné informace a vyvrátit potenciálně zdraví nebezpečné fámy cítila i vláda České republiky. Jedním z důsledků šíření dezinformací byla silná nedůvěra ve vedení státu a odmítání logických argumentů, včetně těch podložených vědeckými poznatky. To vyústilo v sabotáž snahy o zastavení pandemie, například protesty odpůrců roušek nebo očkování¹⁶⁵. Ministerstvo vnitra proto spustilo v rámci svých webových stránek Přehled hlavních dezinformačních trendů a sdělení¹⁶⁶ právě v souvislosti s koronavirem. Tento web ovšem tvrzení nevyvrací a neuvádí na pravou míru, jen upozorňuje na jejich dezinformační povahu a odkazuje na zdroj.

Mimo web Ministerstva vnitra se ovšem dezinformacemi a boji proti nim věnovala celá řada českých, evropských i světových fact-checkingových serverů: „Kromě informací o situaci s COVID-19 se začaly velmi rychle šířit i dezinformace. Monitoringu dezinformací se věnují kromě Českých elfů [1] [2] také třeba Ministerstvo vnitra ČR [3] nebo Prague Security Studies Institute [4]“¹⁶⁷. Čeští elfové vydávali pravidelné monitorinky nejrozšířenějších dezinformací a dezinformačních kampaní zaměřených právě na manipulaci veřejného mínění v souvislosti s onemocněním COVID-19.¹⁶⁸

Jelikož Full Fact ověřuje zejména zprávy týkající se populace Spojeného království a jeho médií, zatímco EUFactCheck pokrývá především zbytek Evropy, nebylo možné najít kontrolu těch samých tvrzení, nebo stejných falešných zpráv. Byly proto vybrány dva okruhy – PCR testy a neplodnost způsobená nákazou COVID-19, a analyzovány byly zprávy podobného charakteru spadající do těchto okruhů.

¹⁶⁴ VALŮCH, Jaroslav, Michaela ĎURKOVÁ, Kateřina ŠAFÁŘOVÁ a Karel STRACHOTA. *Dezinformační dezinfekce: výukové materiály ke (koronavirovým) dezinformacím: metodická příručka*. Praha: Člověk v tísni, 2020. ISBN 978-80-7591-045-5. s. 7

¹⁶⁵ „Lidé protestovali v centru Prahy proti koronavirovým opatřením. Neměli roušky, nedodržovali rozestupy“. *iROZHLAS* [online], 6. 12. 2020 [cit. 2022-03-02]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/koronavirus-cesko-v-cesku-cr-demonstrace-praha-opatreni_2012061509_ako

¹⁶⁶ Koronavirus: Přehled hlavních dezinformačních trendů a sdělení [online]. *Ministerstvo vnitra ČR*. [cit. 2022-03-03] Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/clanek/koronavirus-prehled-hlavnich-dezinformacnich-trendu-a-sdeleni.aspx>

¹⁶⁷ „Šíření dezinformací o COVID-19 vs šíření COVID-19“. *Čeští elfové* [online]. [cit. 2022-03-11] Dostupné z: <https://cesti-elfove.cz/sireni-dezinformaci-o-covid-19-vs-sireni-covid-19/>

¹⁶⁸ Tamtéž.

8 Brexit a dezinformace

Jednou z doposud nejdiskutovanějších geopolitických událostí 21. století je bezpochyby Brexit, tedy odchod Spojeného království z Evropské Unie. Jednalo se o velmi zásadní změnu s potenciálně dramatickým dopadem na ekonomiku, pracovní trh, dopravu a další oblasti nejen v celé Evropské unii, ale také v jednotlivých členských státech.

Rozhodnutí padlo 23. června 2016, kdy pro odchod z EU hlasovalo 51,9 procent voličů. Následně napsala 29. března 2017 premiérka Theresa May dopis předsedovi Evropské rady Donaldu Tuskovi. Splnila tak povinnost formálně informovat o záměru státu vystoupit z Evropské unie. Tato povinnost je zakotvena v 50. článku Lisabonské smlouvy.¹⁶⁹

Následně probíhalo několik let takzvaného přechodného období, během něhož se na Spojené království stále vztahovaly předpisy EU. Proces příprav na samotný odchod provázela řada komplikací, politických změn a několik odkladů. Konečně 31. ledna roku 2020 skutečně Spojené království Evropskou unii opustilo.¹⁷⁰

Následky pro obyvatele, obchod, hospodářství, ekonomii, turismus a řadu dalších oblastí byly dlouhou dobu v rovině spekulací. „*Brexit je největším rozdělením v poválečné historii. Do EU vstoupila spousta zemí, přesněji 28, ale žádná z nich ji dosud neopustila,*“¹⁷¹ jednalo se tedy o událost ve svém rozsahu a dopadu bezprecedentní.

Dezinformace hrají v tomto tématu významnou roli, jelikož provázely takřka celý proces od počátečního referenda až po samotný odchod. Vínou jejich manipulativního charakteru a snahy o rozdělení společnosti vznikla kolem důvodů, průběhu i možných následků brexitu vlna nevole, protestů a konfliktů. Mimo to se spekulovalo i o ruské snaze prostřednictvím dezinformační kampaně ovlivnit referendum v roce 2016 a ovlivnit mínění společnosti ve prospěch odchodu Spojeného království z Evropské unie.¹⁷²

Evropská média celý proces pečlivě sledovala a dokumentovala, ale souběžně se množily také falešné a zavádějící zprávy. Právě těm se aktivně věnovaly fact-checkingové servery

¹⁶⁹ Correspondence: Prime Minister's letter to Donald Tusk triggering Article 50. *Gov.uk* [online]. 2017 [cit. 2022-04-21]. Dostupné z: <https://www.gov.uk/government/publications/prime-ministers-letter-to-donald-tusk-triggering-article-50>

¹⁷⁰ Co je brexit? *Úřad vlády ČR* [online]. [cit. 2022-03-01] Dostupné z: https://www.brexitinfo.cz/cs_cz/vystoupeni-velke-britanie-z-eu/

¹⁷¹ BISSINGER, Caleb. *Brexit*. New York: Greenhaven Publishing, 2018. ISBN 1-5345-0142-8. s. 23

¹⁷² LIS, Jonathan. "Was There Russian Meddling In The Brexit Referendum? The Tories Just Didn't Care | Jonathan Lis" [online]. *The Guardian*, 2020. [cit. 2022-03-05]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/jul/21/russian-meddling-brexit-referendum-tories-russia-report-government>.

a vyhodnocovaly kredibilitu jejich primárního zdroje, pravdivost uváděných dat, citace politiků a další.

9 Sémiotika

Sémiotika, někdy také označována synonymem sémiologie, je vědní obor zaměřující se na význam znaků jakožto prostředků komunikace. Estetička a muzikoložka Jarmila Doubravová ji ve své knize *Sémiotika v teorii a praxi*, v níž popisuje vývoj a proměny tohoto oboru, definuje jako nauku o významu a smyslu znaků.¹⁷³

Historické kořeny sémiologie sahají až do řecké filozofické školy, oficiální označení se ale poprvé objevilo až ve druhé polovině 19.století. Za zakladatele jsou považováni Charles Sanders Peirce a Ferdinand de Saussure, přičemž se v jejich pojetí sémiotika vyčlenila z lingvistiky, nauky o přirozeném jazyce.¹⁷⁴

Do té doby byla mediální komunikace vnímána jako lineární, v podstatě mechanický proces, kdy odesílatel kódoval a příjemce dekódoval jeho význam.¹⁷⁵ Nové pohledy, například Newcombův model, jsou ovšem nelineární a „*zdůrazňují příjemce a interpretaci sdělení a interaktivitu a subjektivitu účastníků komunikace a jejich vázanost na komunikační situaci a existující očekávání*“¹⁷⁶. Význam každého sdělení je tak sociálně a kulturně podmíněné, protože je spjato s dosavadními zkušenostmi a vlastními potřebami příjemce. Rozdílem oproti starému pojetí sémiologie je, že již nedochází k interpretaci na základě předpokládaného záměru autora.¹⁷⁷

V oboru sémiotiky došlo od jejího vzniku k řadě teoretických poznatků, k jejich následným úpravám a přepracováním, a k celkovému vývoji chápání jednotlivých zkoumaných aspektů. O tyto poznatky se dále opírá sémiotická analýza. Ta se nejčastěji věnuje mediálním sdělením, reklamám, komunikačním řetězcům v mediálním prostoru a informačním sdělovacím prostředkům. Taková sémiotická analýza zkoumá, jaký význam mohou mít jednotlivé prvky sdělení, ale i sdělení jako celek, a to jak v rovině explicitní, tak ve skryté rovině symbolů.¹⁷⁸

¹⁷³ DOUBRAVOVÁ, Jarmila. *Sémiotika v teorii a praxi*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-493-9. s. 9

¹⁷⁴ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 330

¹⁷⁵ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-859-4767-6. s. 61

¹⁷⁶ Tamtéž.

¹⁷⁷ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-859-4767-6. s. 61-62

¹⁷⁸ TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s. 118

9.1 Výchozí sémiotické koncepty

9.1.1 Znaky

Znaky jsou základní stavební jednotkou, se kterou sémiotika pracuje.¹⁷⁹ Mohou mít dvě základní formy: zvukové (auditivní) a zrakové (vizuální), hlavní ale je jejich univerzálně chápaný význam pro určitou komunitu, mimo ni tedy nemůže fungovat. Oba zmiňovaní zakladatelé sémiotiky mají vlastní pojetí znaku jako takového.

Ferdinand de Saussure přisuzuje znaku dvě základní části – označující a označované. „*Označující je nástroj vyjadřující znak (fyzická podoba znaku – např. zvuk nebo napsaná forma slova), označované znamená mentální koncept, který je jím vyvolán. Označující a označované se k sobě váží v procesu označování a dohromady vytvářejí znak*“¹⁸⁰. Znakem je tedy něco konkrétního, určitého. Nemusí ovšem jít o písmeno, symbol, nebo slovo, ale také zvuk, barvu, nebo gesto – cokoliv, co ve vztahu k dalším znakům vytváří v chápání dané komunity význam. Podmínkou pro existenci znaku je tedy někdo, kdo jej bude chápat. Lze tedy chápání znaku popsat jako „*něco, za čím se skrývá něco jiného a existuje někdo, kdo si takový vztah uvědomuje*“¹⁸¹.

Dále v souvislosti s pojetím znaků popsal Saussure rozdíl mezi jazykem (*langue*) a řečí (*parole*). Jako *langue* je chápán systém všech obecně uznávaných a dodržovaných gramatických pravidel jazykového systému.¹⁸² *Parole* je konkrétní sdělení, ať už psaný text nebo promluva, řeč.¹⁸³ „*Tento rozdíl se projevuje v charakteru a obsahu jednotlivých znaků. Každý jazykový znak se týká jiné části mimojazykové skutečnosti, ale v rámci systému jazyka se vztahuje obecně k chápanému pojmu a jeho hranice obvykle nebývají jednoznačně vymezené. Konkretizují se až v rámci promluvy, kde je jeho přesný význam dán jazykovým i situačním kontextem*“¹⁸⁴. Obě složky jsou ale vzájemně provázány, protože bez znalosti obou není člověk schopen ovládat a rozumět jazyku.

Peircovo pojetí znaku se v mnoha ohledech liší, například už samotným značením, kterým je zde reprezentant a nikoliv znak. Reprezentant odkazuje na referent, kterým je myšlen objekt ve vnějším světě, což vyvolá v mysli příjemce interpretant neboli mentální koncept vytvořený

¹⁷⁹ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 332

¹⁸⁰ Tamtéž.

¹⁸¹ ČERNÝ, Jiří a Jan HOLEŠ. *Sémiotika*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-832-5. s. 16

¹⁸² SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 335

¹⁸³ Tamtéž.

¹⁸⁴ ČERNÝ, Jiří a Jan HOLEŠ. *Sémiotika*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-832-5. s. 17

osobní zkušeností příjemce s objektem.¹⁸⁵ Pokud bychom chtěli toto pojetí porovnat se Saussurovým, shodoval by se reprezentant s označujícím a označované by bylo podrobněji rozděleno na referent a interpretant.¹⁸⁶

Zároveň Peirce uvádí typologii znaků, přičemž budou pro účely práce využity tři standardní typy: symboly, ikony a indexy.

Symboly jsou znaky arbitrární, protože mezi označujícím, reprezentantem a označovaným není žádný zřejmý vztah, ale jde o konvenci ustanovenou danou kulturní skupinou.¹⁸⁷ Příkladem může být dopravní značka značící hlavní silnici. Žlutě ohraničený trojúhelník nijak nepřipomíná hlavní cestu, v této podobě ale znak vstoupil v platnost a je v tomto významu obecně uznávaný.

Ikonické znaky jsou charakteristické tím, že je reprezentant podobný referentovi, jsou tedy založeny na podobnosti vzhledu. Pokud zůstaneme u dopravních značek, příkladem ikonického znaku zde může být značka upozorňující na přechod pro chodce, na niž je přímo znázorněn chodec na pruhovaném přechodu. Může se ale jednat také o zvukovou podobnost u auditivních znaků. Příkladem mohou být onomatopoická slova jako „haf“, „mňau“, nebo „šplouch“.

Posledním typem znaků podle Peirce jsou indexy. Ty nejsou arbitrární, ale vyjadřují kauzální nebo fyzickou souvislost s referentem.¹⁸⁸ Profesor a konzultant v oblasti sémiotiky marketingu ve své knize *Semiotics: The Basics* uvádí, že toto spojení může být vypořádáno nebo vyvozeno. Může jít o přírodní jevy, jako kouř značící oheň, hrom značící bouřku a podobně, nebo například i o tělesné projevy, jako například zarudnutí jako znak zánětu.¹⁸⁹ Dá se říci, že index je nejméně konvencionalizovaný typ znaku, jelikož vztah mezi označujícím a objektem není zavedený společností, ale daný přirozeně.

Znaky obecně nejsou jednovýznamové, ačkoliv obvykle mají jeden nejzřejmější význam. Tuto vlastnost nazýváme multiakcentualita.¹⁹⁰ Znamená tedy, že ačkoliv má znak jeden hlavní význam, může nabývat významu různého v závislosti na situačním kontextu použití, zařazení v pořadí mezi jinými znaky, a dalších faktorech.

¹⁸⁵ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: neužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 333

¹⁸⁶ LEEDS-HURWITZ, Wendy. *Semiotics and communication : signs, codes, cultures*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1993. ISBN 0-8058-1139-7.

¹⁸⁷ Tamtéž.

¹⁸⁸ Tamtéž.

¹⁸⁹ CHANDLER, Daniel. *Semiotics: The Basics*. Third edition. London, 2017. ISBN 978-113-8232-938. s. 41

¹⁹⁰ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: neužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 335

9.1.2 Kódy

Jak již bylo řečeno, důležitým faktorem v určení významu znaku je jeho zařazení mezi ostatními znaky. Řadíme je tedy do určitých znakových systémů, které nám umožňují efektivní a jasnou komunikaci, a rozšiřují spektrum možných způsobů předání informace. „*Sémiotika se věnuje studiu procesů společenské produkce významů v komunikaci za použití znakových systémů (kódů) a analýze jejich užití v komunikační praxi*“¹⁹¹.

V přirozeném jazyce jsou znaky kombinovány syntagmaticky, což znamená, že se význam rozvíjí v rovině syntagmatu. V případě vět je to například zleva doprava, jinak řečeno ve směru, v jakém jsou čtena jednotlivá slova. „*Každé sdělení je syntagmatem vybraných znaků, mezi kterými vytváří lineární vztahy. Pokud bychom jejich pořadí změnili, změnil by se i význam věty*“¹⁹².

Při kombinaci a řetězení znaků je dále důležité vybrat významově správný, vhodný znak. Obvykle je k dispozici několik možností, které by v daném kontextu připadaly v úvahu. Tuto škálu možností nazýváme paradigma.¹⁹³

Kombinování znaků má ovšem svá pravidla, která označujeme jako kódy. Ty jsou vždy specifické pro danou komunitu, která je používá, jedná se tedy o sociální konstrukty.¹⁹⁴ Právě kódy dávají příjemci znaku informaci o tom, jaký specifický význam v té chvíli znak má. Příkladem může být význam tečky, která v běžných textových sděleních označuje konec věty, v Morseově abecedě ale symbolizuje písmeno E.

„*Kódem se rozumí jakýkoli systém vzájemně souvisejících znaků a pravidla pro jejich užívání, na nichž se shodují příslušníci kultury, subkultury či sociálního prostředí, v nichž se příslušný kód užívá*“¹⁹⁵. Všechny znaky jsou tedy využíváním v komunitě spojovány do kódů, ať už vědomě, tak nevědomě. Některé kódy vzniknou samovolně vývojem komunikace, ty označujeme jako přirozené, a patří mezi ně například hlasová signalizace. Jiné jsou vytvořeny cíleně pro danou komunikační oblast, jako například dopravní značky, Braillovo písmo, nebo

¹⁹¹ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Masová média. 2.*, přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. s. 269

¹⁹² Tamtéž.

¹⁹³ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 336

¹⁹⁴ Tamtéž.

¹⁹⁵ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Masová média. 2.*, přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. s. 272

Morseova abeceda.¹⁹⁶ „Konkrétní podoba komunikace není přirozená. Je naučená společenskou praxí – a to jak proces zakódování, tak proces dekodování“¹⁹⁷.

Je také nutno říci, že se kódy stále vyvíjejí, ačkoliv některé více než jiné. Nejedná se o fixní útvary, ale stejně jako se mění a vyvíjí komunita, jež používá znaky daného kódu, mění se s postupem času i kód samotný.

„Při posuzování jednotlivých znaků i celých znakových systémů je třeba počítat s tím, že každý z nich, pokud se používá, má tendenci se vyvíjet. Z toho hlediska bychom mohli rozlišit takové znakové systémy, které jsou relativně stabilní, dále takové, které se neustále mění, a konečně konvenční systémy znaků, které jsou institucionálně měněny čas od času“¹⁹⁸. Je tedy také možné, že jsou kódy měněny úmyslně, vědomě a s určitým účelem, nejčastěji ve snaze zjednodušit a zefektivnit komunikaci, k níž jsou používány.

9.1.3 První stupeň označování

Francouzský teoretik a sémiotik Roland Barthes navázal na Saussureho pojetí znaku a dále jej rozpracovává. Doslovný vztah mezi označovaným a označujícím nazývá denotace.¹⁹⁹ „O denotaci mluvíme, když vyjadřujeme, k čemu znak patří (co pojmenovává)“²⁰⁰. Jedná se o vztah hodnotově neutrální, znak získává identifikační a popisnou funkci.²⁰¹ Jablko tedy například denotuje ovoce, židle zase nábytek.

Denotací tedy určujeme význam, na kterém se shodnou příjemci sdělení dané kultury při interpretaci daného znaku. „Denotace není přirozený význam znaku, ale význam naturalizovaný používáním v daném společenství“²⁰². Analýza na rovině denotace tedy musí počítat s limitací v podobně možné neznalosti kulturního kontextu při vytváření daného textu.

„Jedná se vlastně o popis obsahu/děje v syntagmatické rovině. K tomu potřebujeme určit hlavní a vedlejší znak(y), se kterými sdělení pracuje: Kódy, podle nichž jsou v textu uspořádány, a vztahy mezi jednotlivými znaky“²⁰³. Analyzujeme tedy základní význam jednotlivých prvků textu, stejně jako jejich význam v daném uspořádání v rámci textu.

¹⁹⁶ DOUBRAVOVÁ, Jarmila. *Sémiotika v teorii a praxi*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-493-9. s. 18

¹⁹⁷ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-859-4767-6. s. 78

¹⁹⁸ ČERNÝ, Jiří a Jan HOLEŠ. *Sémiotika*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-832-5. s. 18

¹⁹⁹ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 338

²⁰⁰ DOUBRAVOVÁ, Jarmila. *Sémiotika v teorii a praxi*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-493-9. s. 45

²⁰¹ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 338

²⁰² Tamtéž, s. 339

²⁰³ Tamtéž, s. 346

9.1.4 Druhý stupeň označování

V tomto stupni označování jsou znaku připsány emocionální významy, jsou s nimi spojeny návazné asociace a hodnoty, souborně označované jako konotace. Význam znaku je tak doplněn o další rozměr nebo rozměry.²⁰⁴ V této rovině označování je největší míra interakce mezi znakem, příjemcem sdělení, v němž je použit, a kulturním kontextem příjemce.²⁰⁵

Konotace jsou, stejně jako denotace, uměle vytvořené a sociálně podmíněné, mohou se tedy lišit podle kulturního kontextu. Slovo resort tedy denotuje rekreační středisko, na úrovni konotace může ovšem poukazovat na vyšší třídu společnosti nebo určitou úroveň luxusu. Konotace je tedy jev, kdy se znak propojí s city a s konvenčním vnímáním jeho kultury.²⁰⁶

Znaky v konotační rovině získávají subjektivní význam, protože jsou k nim připojeny emoce, předsudky, hodnoty a postoje skupin nebo jednotlivců.²⁰⁷ Konotace tak může výrazně ovlivnit celkové vyznění sdělení, ať už záměrně, nebo mimoděk.

Stává se ovšem, že se linie mezi denotací a konotací rozostří častým opakováním v dané společnosti. Pokud se tedy například označení Pražský hrad často používá ve spojitosti s prezidentem České republiky, konotační rovina se blíží denotační.²⁰⁸ „*Některé znaky nesou silně konotované významy, které vyjadřují převládající společenské hodnoty a postoje platné v dané společnosti (tedy ideologii). V tomto smyslu se konotace staly denotáty znaků dalšího řádu*“²⁰⁹.

Zároveň na tomto stupni označování identifikujeme mýty. Nejedná se o tradiční chápání tohoto pojmu jakožto dávných, smyšlených příběhů a legend, ale o pojetí podle teorie sociální konstrukce reality. V tomto chápání se mýty vyskytují všude, kde si daná společnost a dané kulturní prostředí svým určitým způsobem interpretují realitu.

Z tohoto popisu je zřejmé, že jednotlivé mýty nejsou univerzální napříč kulturami, ale naopak jsou velmi specifické. Může ale existovat i více mýtů pro jeden jev. „Je to kulturně a historicky ovlivněný způsob přemýšlení o nějaké problematice, její konceptualizace a následné

²⁰⁴ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 338

²⁰⁵ FISKE, John. *Introduction to communication studies*. 2nd ed. New York: Routledge, 1990. ISBN 0-415-04672-6. s. 91

²⁰⁶ Tamtéž, s. 86

²⁰⁷ Tamtéž.

²⁰⁸ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 339

²⁰⁹ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6. s. 274

porozumění“²¹⁰. Význam mýtů ovšem stejně jako význam samotných znaků prochází vývojem spolu s vývojem celé společnosti a jejich hodnot.

Mýty vznikají řetězením konceptů, systematickým opakováním souboru znaků pro vyjádření určitého sdělení. Řetězením znaků a jejich konotací tak, aby vyjadřovaly vztah k realitě a vykládaly ji, vzniká strukturovaný příběh, tedy mýtus.²¹¹ Takovými strukturovanými příběhy kultura „zároveň potvrzuje sama sebe, udržuje vlastní významové kategorie a stvrzuje smysl vlastního bytí. Mýtus je často výtvorem dominantní sociální třídy, která jej využívá k šíření ideologie“²¹².

Některé ovšem nemusí být, a často také cíleně nejsou, příjemci sdělení zřejmé. Příjemce je přijímá jako fakt, protože se snaží „prezentovat nesené významy jako přirozené, dané a správné...základním cílem mýtu je naturalizovat sociálně vytvářený preferovaný význam, přetvářet sociální znaky ve „fakta““²¹³. Bez ohledu na typ sdělení a společenské postavení jeho příjemce je proto důležité být schopný mýty identifikovat a rozpoznat ideologii za jejich vznikem. „Některé z nich navíc nejsou vůbec tak nevinné, jak se tváří, a mají za úkol skrývat různá společenská zla“²¹⁴.

Mýty jsou v dnešní době například součástí reklamních kampaní a pořadů, protože jejich hlavním cílem je úspěšný prodej produktu a zisk. Dalším příkladem jsou častá tvrzení politických stran na okraji spektra, ať už levice či pravice, že jsou schopni splnit všechny avizované body volebních programů a vybudovat ideální společnost i bez opozice.²¹⁵

Mýty se mohou týkat také osob, sociálních skupin, nebo událostí. Rozšířené mýty jsou například v náhledu na pojetí genderové identity, kariérním úspěchu, konceptu rodiny, a další. Ty všechny ovšem, jak již bylo zmíněno, prochází procesem evoluce, proto se dnes například mýty spojené s ženskou rolí ve společnosti liší od těch z 18. století.

9.1.5 Třetí stupeň označování

Původní dvojstupňovou Barthesovu mechaniku označování rozšířili John Fiske a John Hartley o třetí stupeň, jímž je ideologie.²¹⁶ „Analýza třetího stupně označování spočívá v odhalení

²¹⁰ FISKE, John. *Introduction to communication studies*. 2nd ed. New York: Routledge, 1990. ISBN 0-415-04672-6. s. 86

²¹¹ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 339-340

²¹² Tamtéž.

²¹³ Tamtéž.

²¹⁴ ČERNÝ, Jiří a Jan HOLEŠ. *Sémiotika*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-832-5. s. 264

²¹⁵ Tamtéž, s. 262.

²¹⁶ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 337

*ideologického pozadí sdělení. Klíčová otázka, kterou by si na této rovině měl badatel klást: Jakou ideologii text šíří?*²¹⁷

Jedná se tedy o analýzu použitých znaků, konotací a všech dalších nástrojů, které autor použil, aby příjemce sdělení navedl k jedné preferované možnosti interpretace textu. Jde tedy o možnost výkladu sdělení, kterou jeho autor preferuje nejvíce, protože nejlépe odráží subjektivní záměr, který se sdělením měl.²¹⁸

Interpretace ideologie textu je bezprostředně závislá na recipientově zkušenosti s užitými konotacemi, mýty a stereotypy. Příjemce z rozdílného sociálního a kulturního prostředí proto bude vnímat ideologické pozadí sdělení rozdílně.

V ideologické rovině textu se často vyskytují binární opozice neboli logické kontrastní dvojice, kontrastující prvky (zdravé oproti nemocnému, černé oproti bílému, mokré oproti suchému...). Autor tak příjemce nasměrovává k žádoucí interpretaci pomocí znaků, které jasně rozpozná a zorientuje se podle nich.²¹⁹ „*V principu lze prvky libovolné dvojice opozit na základě významu, jež je jim přisuzován v dominantním diskurzu dané kultury, přiřadit na stranu dobra či zla, přírody či kultury, naší skupiny nebo cizí*“²²⁰.

9.1.6 Obrazná pojmenování

Obrazná pojmenování, někdy také označovaná jako rétorické tropy, identifikujeme nejčastěji během druhého stupně označování. Řadíme mezi ně metafory a metonymie.

Metafora je nahrazení znaku jiným na základě vzhledové, obrazové podobnosti. Jedná se o paradigmatický jev, nahrazující slovo je tedy součástí paradigmatu, pomyslného zásobníku alternativních znaků. Funkcí metafor je několik. Mohou mít funkci estetickou a být jakousi „literární ozdobou“, pomáhají čtenáři pochopit nebo si představit neznámé, a pomáhají nám zorientovat se v každodenní realitě.²²¹

Příkladem mohou být například metafory založené na prostorové diferenciaci, jako je „vysoké mínění“ nebo „nižší třída společnosti“²²². Je zde vidět, že nahrazované znaky mohou být, a obvykle bývají, součástí zcela jiného diskurzu, čímž se rozšiřuje dosah daného sdělení. Zde

²¹⁷ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 376

²¹⁸ Tamtéž, s. 377

²¹⁹ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-859-4767-6.

²²⁰ Tamtéž, s. 361

²²¹ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 357-358

²²² Tamtéž, s. 358

je totiž prostorové označení součástí diskurzu fyzikálního, v tomto metaforickém spojení ale najednou vyjadřují konotaci v oblasti společenské.

Metonymie je nahrazení znaku za jiný na základě vnitřní podobnosti, nebo také souvislosti. Jsou syntagmatické, posouváme tedy význam v rovině souvislosti, nenahrazujeme jej. Příkladem může být „snědl celý talíř“, nebo „černá ovce rodiny“.

Specifickým typem metonymie je synekdocha. „*Zatímco metafora a metonymie staví na analogii s jiným subjektem, synekdocha využívá asociaci mezi celkem a jeho částmi*“²²³. Příkladem může být definování celé aktivity jednou částí (ani prstem se ho nedotknu), popis jedné specifické části osoby, podle níž je hodnocen celek (líná kůže, velké srdce), a další.²²⁴

9.1.7 Intertextualita

Dalším aspektem, který analyzujeme na úrovni druhého stupně označování, je intertextualita, vztah textu k textu jinému. Může se jednat o doslovné odkazy, jako webová adresa stránek, kam je čtenář odkázán, nebo hypertextový odkaz na konkrétním slově, pomocí něž je odkázán na jinou stránku relevantní k danému tématu.

Může ale jít o daleko jemnější, hůře identifikovatelné odkazy. „*K posouzení intertextuality je potřeba vyjít za samotný text a zohlednit jeho širší dosah v rámci použitého znakového kódu, širšího diskurzu a kultury*“²²⁵.

Může se ovšem stát, že je výzkumník odkazovaného textu neznalý a nezachytí proto znaky, jimiž je k němu analyzovaný text provázán. „*Odhalení intertextuality předpokládá obeznámenost s obsahem jiných textů dané kultury*“²²⁶. I proto jsou často parodizující texty částí společnosti nepochopeny nebo interpretovány zcela odlišně od autorova záměru. Parodie je totiž ze své podstaty intertextualitou²²⁷. Pokud v takovém případě příjemce nezná souvislosti z originálního zdroje, nelze hlavní složku textu interpretovat.

Intertextualitu často využívají reklamní kampaně, buď odkazováním na kampaně dřívější, nebo na jiné příspěvky z kampaně stejné. Jedná se ve valné většině o vizuální intertextuální reference, ať už loga, barevná schémata, postavy, písmo... Udávají tak pro příjemce tohoto reklamního sdělení jasný rámeček, do něž si sdělení automaticky, podvědomě zařadí. Čím častěji

²²³ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 357

²²⁴ ČERNÝ, Jiří a Jan HOLEŠ. *Sémiotika*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-832-5. s. 63

²²⁵ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 359

²²⁶ Tamtéž.

²²⁷ Tamtéž.

se daný aspekt v reklamách a propagačních materiálech dané firmy objevuje, o to rychlejší a jistější asociace je. Intertextuální prvky reklam jsou proto často důležitější než samotné sdělení, protože právě ony budují „značku“ v mysli člověka.

10 Metodologie

10.1 Téma a cíl výzkumu

Výzkumným cílem práce je podrobit analýze výstupy dvou fact-checkingových serverů a pomocí vyhodnoceného výsledku porovnat, zda je zřetelný rozdíl mezi výstupy webů využívajících pro kontrolu automatizované metody a mezi těmi využívajícími klasické lidské ověřování.

Ke zpracování je použita kvalitativní metoda – sémiotická analýza. Ta je jedním z kvalitativních přístupů k analýzám mediálních výstupů, textů, reportáží, reklamních kampaní a podobně. *„Předmětem zájmu sémiotické analýzy je především odkrývání významů mediovaných sdělení. Analyzuje tak prvky, ze kterých je sdělení (novinová zpráva, rozhlasová či TV reportáž) složeno, a pomáhá odpovědět na otázku, jaký význam mohou mít tyto prvky – a potažmo celé mediální texty“*²²⁸.

Výzkumník používající sémiotickou analýzu musí mít „znalost symbolického systému a jeho pravidel (kódů a konvencí), podle kterých je sdělení vystavěno. V podstatě každé dílo dává smysl pouze v určitém rámci, diskurzu, jehož pravidla musíme při jeho interpretaci zohlednit“²²⁹. Z tohoto důvodu se autorka práce podrobně seznámila s diskurzem fact-checkingu a jeho specifiky a představila jej v teoretické části.

Autoři fact-checků používají specifický jazyk k argumentaci svých zjištění a k jejich předání příjemci. Možných interpretací je jistě celá řada v závislosti na kulturním a společenském pozadí příjemce, tato analýza se tedy zaměřuje na jednu z možností. Je pravděpodobné, že by ke stejné interpretaci došli čtenáři se stejnými a podobnými kulturními a společenskými zkušenostmi jako autorka práce.

*„Sémiotická analýza začíná s definicí termínů, výzkumných otázek a s popisem plánu výzkumu“*²³⁰. Definice jednotlivých pojmů používaných v sémiotické analýze se zabývala 7. kapitola teoretické části, zatímco výzkumné otázky, plán a výzkumný vzorek jsou rozvedeny dále v této kapitole.

Po sběru dat výzkumník, v tomto případě autorka práce, data analyzuje a v průběhu odpovídá na dílčí výzkumné otázky. Závěrem analýzy jsou vyhodnoceny poznatky a je zodpovězena hlavní

²²⁸ TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s. 118

²²⁹ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 341

²³⁰ TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s. 120

výzkumná otázka, tedy která metoda ověřování faktů fact-checkingových serverů produkuje čtenářsky přínosnější výstupy.

Otázky, které upřesňují kritéria pro závěrečné zhodnocení a pomáhají nasměrovat výzkum v rámci kontextu práce:

- Jaké jazykové prostředky využívají texty k vysvětlení problematiky?
- Do jaké míry a s jakým účelem pracují texty s intertextualitou?
- Jsou v analyzovaných textech prostředky persvaze?
- Jaké znaky jsou společné vybraným textům a v čem se naopak zásadně liší?
- Jak prezentují svá výsledná zjištění?

10.2 Výzkumná metoda

Sémiotická analýza rozebírá strukturu textu a význam jednotlivých fragmentů v daném kulturním kontextu. Zaměřuje se tedy na text jako takový, nikoliv na jeho autora nebo příjemce sdělení. *„Zjištění sémiotické analýzy nevypovídají o tom, co jím chtěl komunikovat jeho tvůrce, ani jak jej čtou jeho příjemci. Jde opět o jednu (nebo několik) z možných variant interpretace jeho sdělení“²³¹.*

Jelikož jsou výstupy fact-checkingových serverů určeny pro objasnění faktů, ověření původu tvrzení a případné uvedení na pravou míru, neočekáváme u nich persvazivní jazyk ani emočně zabarvená slova. *„Výhodou kvalitativního přístupu je získání hloubkového popisu případů. Nezůstáváme na jejich povrchu, provádíme podrobnou komparaci případů, sledujeme jejich vývoj a zkoumáme příslušné procesy. Citlivě zohledňujeme působení kontextu, lokální situaci a podmínky“²³².*

Díky těmto charakteristikám je sémiotická analýza vhodná pro jakýkoliv typ textu včetně reklamní produkce, či právě výstupů fact-checkingových webů.

Specificky sémiotická analýza patří mezi kvalitativní metody zkoumání mediálních sdělení, kde se pomocí induktivního postupu odhaluje jejich význam. Kvalitativní metoda je zvolena z důvodu komplexity zkoumané problematiky, tedy široké škály faktorů a aspektů ovlivňujících finální výstupy jednotlivých fact-checkingových serverů. Nebylo by tak například možné efektivitu jimi využívaných metod zhodnotit na základě kvantity výstupů za určitý časový úsek, protože tato

²³¹ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 331

²³² HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 978-80-7367-485-4. s. 53

informace nebere v potaz množství vstupních zdrojů ověřovaných zpráv, spektrum pokrývaných témat daným serverem a mnohé další.

Specificky sémiotická analýza také umožňuje práci s menším výzkumným vzorkem.²³³ Současné ovšem menší vzorek nesnižuje kvalitu výsledného výstupu, což je dalším důvodem pro tuto volbu.

Zároveň nemá sémiotická analýza žádný striktně stanovený postup, definované jednotlivé kroky ani závazná pravidla. „*Při aplikaci sémiotické analýzy není nezbytné dodržovat závazná pravidla jako např. při kódování v kvantitativní obsahové analýze. Jejím cílem je vyložit text s ohledem na kulturní, politické, historické či společenské tradice a okolnosti*“²³⁴.

Autorka práce čerpala z teorie a doporučeného postupu Renáty Sedlákové²³⁵ a Trampoty s Vojtěchovskou²³⁶, kteří ve svých dílech nabízí výčet nástrojů, které je možné při analýze použít. Při volbě jednotlivých kroků se autorka držela zásady zmiňované Renátou Sedlákovou: „*Při realizaci analýzy pak používáme ty (nástroje), jež jsou relevantní ke zkoumanému textu. Jednotlivé položky jsou přitom často natolik provázány, že je posuzujeme zároveň*“²³⁷.

Jak bylo již zmíněno v teoretické části, sémiotika pracuje se třemi stupni označování, proto i sémiotická analýza zkoumá text na třech rovinách. V první úrovni identifikujeme postupně znaky použité ve sdělení, a to jak hlavní, tak vedlejší. „*Vedlejší znaky zpravidla úzce souvisejí s hlavními, dále je rozvíjejí a zasazují do širšího kontextu*“²³⁸. Odhalovány jsou v syntagmatické rovině, tedy postupně, a včetně jejich vzájemných vztahů.²³⁹

Pozornost je věnována také obrazovým prvkům a „*textovým prvkům, které jsou prezentovány vizuálně*“²⁴⁰. V teorii bychom na této úrovni analyzovali také použití audiovizuálních prvků, ty však nejsou v případě fact-checkingových výstupů použity.

Sedláková identifikuje také další otázky, které si na této úrovni analýzy můžeme pokládat, abychom textu lépe porozuměli: „*Jsou z textu zřejmé nějaké žánrové konvence nebo kódy*

²³³ TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s. 120

²³⁴ Tamtéž.

²³⁵ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9.

²³⁶ TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.

²³⁷ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 341

²³⁸ Tamtéž, s. 346

²³⁹ Tamtéž, s. 346

²⁴⁰ TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s. 121

*specifické pro určité médium? Jak či nakolik by autor musel text upravit, pokud by chtěl sdělení adaptovat na jiné médium?*²⁴¹

Na úrovni druhého stupně označování sledujeme konotace, identifikujeme mýty, obrazná pojmenování, intertextualitu a možný záměr za jejich využitím. „*Na této rovině přiřazujeme k označujícím další významy podmíněné historickými, politickými a společenskými zkušenostmi a zvyklostmi*“²⁴². Pokud je tedy v textu například časté užití označení „vítězství“, „výhra“ nebo „triumf“, bude konotací úspěch dané strany.

Sedláková i k této fázi analýzy poskytuje možné návodné otázky, k nimž lze při rozboru textu přihlídnout: „*Napadají badatele označení, která mohla být využita, ale text s nimi nepracuje? Dá se říci, že v textu chybějí? Proč?*“²⁴³

Součástí může být také identifikace využití logických protikladů, tedy binárních opozic. V této fázi je ale pouze identifikujeme, jejich využití v rámci propagace ideologie je záležitostí třetího stupně označování. Rovněž je možno aplikovat analýzu narativu, jejíž „*základní východisko spočívá v přesvědčení, že člověk má sklon uvažovat v souvislostech a propojováním jednotlivých událostí a jejich aktérů vytvářet příběhy*“²⁴⁴. Svou podstatou tvoří most mezi analýzou na úrovni druhého a třetího stupně označování.

Během analýzy třetího stupně označování jsou v textu identifikovány ideologické rámce. Jde o hodnocení sestavení dílčích částí do celku, které je specificky zvoleno pro propagaci určitého myšlenkového směru, posílení hodnoty mýtů, upevnění role elit, či jiné ideologie. Může se jednat o užívání kódů, které jsou typické pro specifickou společenskou skupinu, vynechání nebo naopak výrazná převaha určité skupiny znaků, zaměření textu jen pro vybranou hrstku příjemců... „*Jednotlivé znaky mohou být pro nás, pro příjemce, velmi účinnými signály. Ale nakonec je to vždycky celý soubor znaků, jež nám nabízejí úplný význam celého textu*“²⁴⁵.

Sedláková opět nabízí otázky, jejichž zodpovězení může pomoci ideologii identifikovat: „*Lze v textu identifikovat explicitní odkazy na mainstreamové hodnoty společnosti, nebo jsou*

²⁴¹ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 356

²⁴² TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s. 121

²⁴³ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 360

²⁴⁴ Tamtéž, s. 369

²⁴⁵ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-859-4767-6. s. 81

zdůrazněny nějaké hodnoty alternativní? Jaké postupy text používá ve snaze naturalizovat vlastní perspektivu? Z pohledu koho je text vystavěn, kdo je jeho tvůrcem a komu slouží?''²⁴⁶

Britský sémiotik Daniel Chandler ve své online publikaci uvádí příklad šablony pro postup při sémiotické analýze. Ta bude použita jako doplňující materiál při analyzování jednotlivých výstupů fact-checkingových serverů. Jedná se o:

- Identifikaci textu, která zahrnuje popis média, žánru a kontextu, do nichž text spadá.
- Identifikace použitých znaků, kódových systémů, do kterých patří a jejich konvencí.
- Modalitu neboli určení vztahu textu k realitě, jak je tento vztah vyjádřen a jak se text odkazuje na reálný svět.
- Paradigmatickou analýzu, tedy analýzu výběru daných znaků v rámci paradigmatické identifikace kontrastních dvojic.
- Analýzu syntagmatické struktury textu, jakým způsobem jsou znaky za sebe řazeny a jak ovlivňuje pořadí nebo prostorové uspořádání prvků význam.
- Intertextualitu, kdy hledáme, zda text odkazuje na jiné texty nebo žánry a sledujeme, jak se srovnává se zpracováním podobných témat v rámci jiných žánrů.
- Rétorické tropy, tedy identifikace metafor a metonymií.
- Aspekty sociální sémantiky – pro koho byl text určen, na čem závisí jeho interpretace a jak může interpretaci ovlivnit změna kontextu?²⁴⁷

10.3 Zkoumaný vzorek

Vzorek analyzovaných výstupů byl zvolen z webových serverů EUFactCheck a Full Fact. EUFactCheck, jak bylo blíže uvedeno v teoretické části, pro své kontroly faktů používá ověřování lidmi. Oproti původnímu záměru využít fact-checkingový server Logically došlo v praktické části ke změně v podobě volby serveru Full Fact. Důvodem byl nepředvídaný nedostatek dostupných informací k metodě, jíž server Logically pro ověření faktů využívá. Full Fact na druhé straně zapojuje automatizované metody do stále více fází svých kontrol faktů a poskytuje k těmto metodám a jejich používání dostatek informací.

Výstupy byly zvoleny ze dvou tematických okruhů společných pro oba servery, Brexit a pandemie COVID-19. Původním záměrem uvedeným v tezi byly tematické okruhy tři, ke změně ovšem došlo z důvodu příliš širokého spektra kontrolovaných zpráv ve třetím

²⁴⁶ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 377

²⁴⁷ CHANDLER, Daniel. D.I.Y. Semiotic Analysis: Advice to My Own Students. *Semiotics for Beginners* [online]. [cit. 2022-04-12]. Dostupné z: <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/sem12.html>

plánovaném tematickém okruhu, kterým byla Ekologie, globální oteplování a klima. Nebylo by tedy možné dostatečně efektivně porovnávat zkontrolované zprávy z obou zvolených serverů, protože se jednalo o typově zcela odlišné texty s jinou rétorikou.

Pro účely této práce byla přečteno 24 článků z webové stránky EUFactCheck a 35 ze stránky Full Fact. Číslo se liší z důvodu odlišného dostupného množství článků na obou stránkách. Následně byly tyto články filtrovány na základě data publikování a relevance pro zvolené tematické okruhy. Filtrování bylo především pomocí klíčových slov, mezi nimiž byly vyhledávány termíny „covid“, „brexit“, „pandemie“ (*pandemic*), „očkování“ (*vaccine*) a „EU“. Časový úsek byl určen na roky 2019–2021, aby bylo pokryto jak období nejčastějšího výskytu dezinformací k problematice Brexitu, tak COVID-19. Všechny zvolené zprávy tedy pochází z průběhu tohoto období. Jazykem výstupů obou serverů je angličtina, autorka tedy pracovala s anglickými texty, jež pro účely práce sama překládala.

Pro každý ze zmíněných tematických okruhů byly nakonec vybrány vždy dvě zkontrolované zprávy z každého webu, celkově tedy osm zpráv k analýze. Jde o průřez výstupů obou webů, články jsou vybrány jako reprezentace nejčastějšího typu textů, které lze na obou webech najít. Oba weby zároveň publikují dodatečný materiál, jako blogové příspěvky k tématům z kontrolovaných zpráv, shrnutí, komentáře, a další formáty textů. Ty ovšem nebyly pro účely analýzy zahrnuty do zpracovávaných dat.

10.4 Limity výzkumu

Zvolenou metodou analýzy nelze rozklíčovat a interpretovat všechny významy obsažené ve sdělení, protože ty jsou do určité míry závislé na konkrétní osobní zkušenosti s konotacemi a znalosti mýtů a ideologie daného čtenáře. Ačkoliv je tedy snaha identifikovat mýty ve sděleních součástí analýzy, mýtus se „*nedefinuje předmětem svého sdělení, ale tím, jakým způsobem se toto sdělení vyslovuje: existují formální meze mýtu*“²⁴⁸. Pokud tedy mýtem není ani konkrétní objekt ani koncept, ale způsob, jimiž jsou označovány, je jejich identifikace limitována schopností výzkumníka tato označení rozpoznat.

Součástí přípravy práce bylo rozsáhlé studium odborné literatury metodologie a příkladů analýz, přesto je dalším limitem autorčina omezená zkušenost se socio-vědními výzkumy. Současně není u tohoto typu výzkumné metody možné zcela eliminovat subjektivní perspektivu výzkumníka, ačkoliv se autorka snažila v rámci výzkumu upustit od vlastních předsudků a dosavadních

²⁴⁸ BARTHES, Roland. *Mytologie*. Třetí vydání v českém jazyce. Praha: Dokořán, 2018. Bod (Dokořán). ISBN 978-80-7363-888-7. s. 107

zkušeností. Limity se autorka práce pokusila částečně eliminovat také doplněním vlastních rozhovorů s Jakubem Šimkem a s Ladkou Mortkowitz.

11 Analytická část

11.1 Analýza výstupů o pandemii onemocnění COVID-19 z webu Full Fact

Analyzovanými výstupy na téma ověření dezinformací kolem pandemie onemocnění COVID-19 jsou články „*No evidence Pfizer Covid-19 vaccine affects women's fertility*“²⁴⁹ (Nejsou důkazy o vlivu očkování proti COVID-19 na plodnost u žen), který vyšel 8. prosince 2020, a „*The inventor of PCR never said it wasn't designed to detect infectious diseases*“²⁵⁰ (Vynálezce PCR nikdy neřekl, že test nikdy neměl být používán k detekci infekčních chorob) z 23. října 2020. Důvodem pro volbu těchto konkrétních příspěvků byla jejich komplexnost a to, že shrnovaly všechny poznatky dříve vydaných článků k daným tématům.

Server Full Fact publikoval přes sto fact-checků tvrzení týkajících se onemocnění COVID-19, jeho šíření, symptomů, vakcín a dalších aspektů. Jen kontrol tvrzení o údajné souvislosti mezi očkovaním a neplodností je na serveru publikováno 38 (k datu 20. dubna 2022).

V článku z 23. října 2020 se autoři zaměřili na údajný citát Karyho B. Mullise, laureáta Nobelovy ceny za chemii a vynálezce polymerázové řetězové reakce (PCR), která se v současné době používá k detekci viru šířícího onemocnění COVID-19.

Mullis údajně prohlásil, že PCR test nemá být prováděn za účelem zjištění jakéhokoli typu infekčního onemocnění, protože je navržen tak, aby zachytil podpis DNA a RNA testované osoby. Vedle se nachází finální verdikt Full Fact analýzy: „*To nikdy neřekl. Jedná se o nepochopení jeho citátu o omezeních PCR testů obecně, které slouží ke zjištění přesného množství viru ve vzorku, nikoliv o tom, zda vzorek virus obsahoval či nikoliv*“²⁵¹.

Označení tvrzení za nepravdivé je odůvodněno tím, že je věta vytržena z kontextu a použita ve zcela jiné souvislosti, než ji autor skutečně pronesl. Citát je totiž sice skutečně připisován Mullisovi, byl ale uveden v článku o HIV a AIDS z roku 1996 a nijak se netýkal onemocnění COVID-19.²⁵² Text také zdůrazňuje, že Mullis zemřel v srpnu 2019, tedy před samotným vypuknutím pandemie.

Přesné datum první publikace falešné zprávy o tom, že jsou testy PCR podvod, se nepodařilo autorce práce dohledat, ani není ve zprávě uvedena. Reuters o šíření stejné dezinformace

²⁴⁹ No evidence Pfizer Covid-19 vaccine affects women's fertility. *FullFact.org* [online]. 8 December 2020 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://fullfact.org/health/vaccine-covid-fertility/>

²⁵⁰ The inventor of PCR never said it wasn't designed to detect infectious diseases - Full Fact. *FullFact.org* [online]. 23 October 2020 [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: <https://fullfact.org/online/pcr-test-mullis/>

²⁵¹ Tamtéž.

²⁵² PCR tests are not 'a fraud' - Full Fact. *FullFact.org* [online], 13 August 2021 [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: <https://fullfact.org/health/Kary-B-Mullis-quote/>

informoval následně 13. listopadu 2020²⁵³, irský zpravodajský web thejournal.ie 26. listopadu²⁵⁴. Irský zdroj uvádí, že: „*Tato tvrzení se poprvé objevila před několika měsíci v jiných zemích a do Irska se dostala v posledních týdnech*“²⁵⁵. Analýza Full Fact se tedy objevila dříve, než jakékoliv jiné rozbory falešného tvrzení – téměř ihned poté, co začala falešná zpráva poprvé kolovat internetem.

Druhý text se věnuje údajnému vlivu očkování proti COVID-19 na plodnost u žen. Článek nereaguje na jedno konkrétní tvrzení nebo příspěvek, ale na žádost čtenářů, kteří se s takto laděnými příspěvky setkávají: „*Řada čtenářů se nás ptala na tvrzení, že vakcína proti COVID-19 společnosti Pfizer/BioNTech, která byla schválena pro použití ve Velké Británii, může vést k neplodnosti u žen*“²⁵⁶.

Články se skládají z několika znakových celků, jejichž struktura je u obou příspěvků identická. Jsou jimi titulek, shrnující úvodní tabulka, vlastní text rozdělený na odstavce s mezititulky, logotypy, reklamní webová propagace a blok odkazů na související články.

Titulek je prvním znakovým celkem sdělení, mezititulky následně oddělují opticky i tematicky jednotlivé odstavce. Hlavní titulek musí být jasný, poutavý a nápaditý.²⁵⁷ Zároveň ovšem musí poskytovat informaci o náplni sdělení, což vychází z jeho funkce, kterou je „*naznačení obsahu celého článku. Z tohoto hlediska pak titulek plní sice funkci pojmenovací, ale zároveň je sám o sobě relativně samostatným sdělením, plní tak funkci informativní*“²⁵⁸.

Jelikož jsou titulky opticky dvojnásobné velikosti než samotný text, vybízí recipienta sdělení k jejich přednostnímu dekódování před vlastním textem, protože „*grafické zvýrazňování titulku má velký význam pro upoutávání pozornosti čtenářů. Grafické zvýrazňování plní i funkci orientační (orientuje čtenáře na stránce novin)*“²⁵⁹. Konotací takto zvoleného fontu je tedy snaha zaměřit čtenářovu pozornost právě na titulky. Vlastním textem všech mezititulků u obou příspěvků jsou otázky, každý mezititulek tedy končí otazníkem.

²⁵³ Fact check: Inventor of method used to test for COVID-19 didn't say it can't be used in virus detection | Reuters [online]. *Breaking International News & Views | Reuters*. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: <https://www.reuters.com/article/uk-factcheck-pcr-idUSKBN24420X>

²⁵⁴ FactCheck: Did the creator of PCR tests say they don't work for Covid-19?. *TheJournal.ie - Read, Share and Shape the News* [online]. 26 November 2020 [cit. 2022-03-30]. Dostupné z: <https://www.thejournal.ie/kary-mullis-pcr-testing-factcheck-debunk-hse-5271830-Nov2020/>

²⁵⁵ Tamtéž.

²⁵⁶ No evidence Pfizer Covid-19 vaccine affects women's fertility. *FullFact.org* [online]. 8 December 2020 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://fullfact.org/health/vaccine-covid-fertility/>

²⁵⁷ HORŇÁK, Pavel. *Reklama: teoreticko-historické aspekty reklamy a marketingovej komunikácie*. Zlín: VeRBuM, 2010, s. 270

²⁵⁸ ZIMKOVÁ, Ludmila. Vyjadřování propozice v novinových titulcích. *Otázky slovanské syntaxe. IV/2, Sborník sympozia Aktualizační (pragmatické) složky výpovědi v slovanských jazycích, Brno 6.-9. září 1976* [online]. 2013 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: https://digilib.phil.muni.cz/bitstream/handle/11222.digilib/121649/SpisyFF_227-1980-1_39.pdf

²⁵⁹ SHATURY, Amr Ahmed. Titulky psané v publicistice (srovnávací studie). *Naše řeč. 1999*, 82 (2), s. 79–86

Where did this claim come from?

The origins of this claim stems from a protein on the surface of the SARS-CoV-2 virus (the virus which causes Covid-19), called a [spike protein](#). This spike protein helps the virus enter cells and is also one of the ways the human body recognises a virus and knows to let its immune cells attack it.

The [Pfizer vaccine](#) works by giving the body the instructions on how to make this spike protein, so it can generate an immune response that attacks the virus via the spike protein faster and more effectively if it is later infected.

The building blocks of proteins are called [amino acids](#), and it's sequences of those that make up different proteins.

Obr. 6: Porovnání velikosti mezititulku a standardního textu článku. Zdroj: <https://fullfact.org/health/vaccine-covid-fertility/>

Tato forma, tedy kombinace velkého písma a otázek, navádí čtenáře na způsob čtení, kdy mu autor textu sám podbízí otázky a zároveň na ně rovnou poskytuje odpověď. Čtenář tak nemá prostor ptát se na otázky vlastní. Zároveň jsou ale otázky neutrální, nepředepisují tedy rovnou charakter odpovědi. Nejedná se tedy o sugestivní otázky, které „předjímají určitou odpověď nebo vnucují nějaký názor“²⁶⁰.

Uveďme si to na příkladu. Mezititulek tvoří otázka „Ovlivňuje vakcína Pfizer plodnost?“ („Does the Pfizer vaccine affect fertility?“²⁶¹). Z formulace recipient neví, s jakým výsledkem přijde následující odstavec, zda ano, ovlivňují, nebo ne, neovlivňují. Kdybychom ovšem na začátek přidali slovo „jak“ (Jak ovlivňuje vakcína Pfizer plodnost?), otázka by již naznačovala, že vakcína má na plodnost vliv, pouze bude dovysvětleno jaký. V aktuálně použité formě je tedy otázka neutrální a nepředepisuje vyznění následujícího odstavce. Stejně neutrální vyznění mají v článku všechny mezititulky. Jednotný styl titulků, šablonovitost a absence snahy o jejich originalitu a poutavost asociuje v rovině druhého stupně označování jejich pravděpodobnou tvorbu strojem.

Celé barevné schéma obou příspěvků koresponduje s barevným laděním webu, které zahrnuje standardně černou, šedou, bílou a tyrkysovou. Tyrkysová je zároveň ústřední barvou webu, je barvou loga Full Fact, informačních lišt, podtržitek u slov s hypertextovými odkazy. Jedná se o odstín na rozhraní zelené a modré. „Modrá symbolizuje intelekt, mír a rozjímání. Zelená symbolizuje především přírodu v jejím růstu“²⁶². Tato barva tedy primárně neevokuje žádné silné emoce, není agresivní ani nepříjemná na pohled, ačkoliv záleží na subjektivním pocitu

²⁶⁰ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 187

²⁶¹ No evidence Pfizer Covid-19 vaccine affects women's fertility. *FullFact.org* [online]. 8 December 2020 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://fullfact.org/health/vaccine-covid-fertility/>

²⁶² ČERNÝ, Jiří a Jan HOLEŠ. *Sémiotika*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-832-5. s. 198

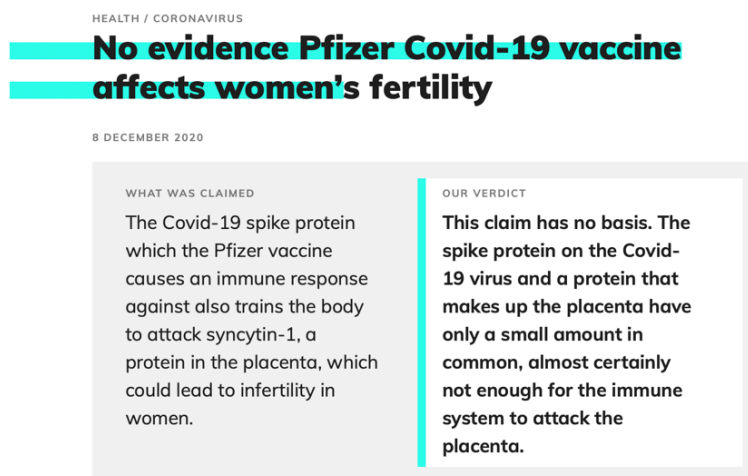
příjemce. Oproti tomu pro zdůraznění některých pasáží a optické narušení neutrálního designu je místy použita žlutá a růžová.

Text článku z 8. prosince je na první pohled členěn do čtyř sekcí, každá čítající vždy čtyři nebo pět odstavců. Odděleny jsou nadpisy značně většího fontu, než je zbytek, z textu tedy viditelně vyčnívají. Zvolená velikost je dobře čitelná, nepůsobí ani příliš nahuštěným, ani zbytečně výrazným dojmem.

Písmo je bezpatkové, stejného fontu jako na zbytku webu, a rovněž dobře čitelné, ačkoliv někteří teoretici argumentují ve prospěch patkového písma, jelikož tvrdí, že je lépe čitelné.²⁶³ Celý text je zarovnan doleva, což přispívá jeho snadné čitelnosti. Druhý článek je tvořen dvěma sekcemi oddělenými mezititulkem.

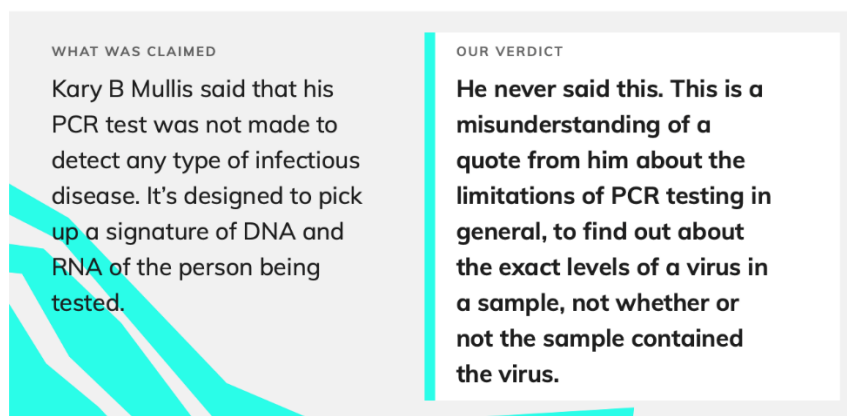
Vrchní část textu obsahuje samostatný znakový celek, tabulku o dvou sloupcích, přičemž levý uvádí kontrolované tvrzení, pravý finální verdikt fact-checkerů. Tato tabulka (viz Obr. 7) je graficky oddělena od zbytku textu, aby poutala recipientovu pozornost, a nabízí jakýsi souhrn celého sdělení.

Výsledné hodnocení pravdivosti tvrzení je na pravé straně, orámováno tyrkysovým pruhem a tučným černým písmem na bílém pozadí. Oproti tomu původní tvrzení je bez zvýraznění a na pozadí šedém. Je zde tedy patrné užití kontrastu pro upoutání pozornosti. Zároveň je tento znak persvazivní, neboť ovlivňuje recipienta již na samém začátku čtení a znemožňuje mu předkládané argumenty posuzovat zcela objektivně a utvořit si díky nim nezaujatý názor.



Obr. 7: Tabulka ve vrchní části článku z 8. prosince 2020. Zdroj: <https://fullfact.org/health/vaccine-covid-fertility/>

²⁶³ MASTNÝ, Jan. *Reklama ve světě médií*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2011. ISBN 978-80-87411-00-1. s. 34



Obr. 8: Tabulka ve vrchní části článku z 23. října 2020. Zdroj: <https://fullfact.org/online/pcr-test-mullis/>

Články staví na intertextualitě, protože argumenty prezentují jen velmi stručně, laicky, a přenechávají zodpovědnost za jejich důkladnější vysvětlení příslušným studiím a článkům, na které přesměrovávají čtenáře hypertextové odkazy. Ty jsou provázány s jednotlivými slovy, jmény, nebo celými frázemi v závislosti na tom, k čemu se vztahují.

Součástí článku z 23. října 2020 jsou hypertextové odkazy na příklady facebookových příspěvků šířících falešný obsah, nebo medailonek Karyho Mullise na webu Nobelovy ceny.²⁶⁴ Některé odkazy byly ovšem v době zpracovávání této práce nefunkční.

Oba články poskytují kontext k ověřovaným tvrzením. V případě článku z 8. prosince se jedná o krátký popis funkce očkování a vysvětlení, odkud se vzalo tvrzení, že má vliv na tvorbu placenty. U druhého článku je vysvětlena metoda PCR testování. Jsou zde užity znaky spadající pod znakové systémy chemie a biologie, pro něž je typická jednoznačnost. „*Aby mohly sloužit vědeckým nebo technickým účelům, musí být jednotlivé znaky zcela jasně a jednoznačně definovány. Jinými slovy: Jsou to znaky ostré a na rozdíl od jazykových znaků nebo znaků používaných v mytologii či v umění nepřipouštějí různé možné výklady*“²⁶⁵.

Příkladem jsou například „imunitní buňky“ (*immune cells*), „aminokyseliny“ (*amino acids*), „polymerázová řetězová reakce“ (polymerase chain reaction), „syncytn-1“ nebo „SARS-CoV-2“. Tyto znaky jsou pro svou jednoznačnost nenahraditelné, nejsou tedy součástí žádného paradigmatu a účelem jejich užití je vysvětlení kontextu. Celý popis je stručný, shrnutý do pouhých pěti odstavců, ačkoliv odkazuje hyperlinky na tři mnohostránkové výzkumné články.

²⁶⁴ Kary B. Mullis – Facts. *NobelPrize.org: The official website of the Nobel Prize - NobelPrize.org* [online]. [cit. 2022-03-30]. Dostupné z: <https://www.nobelprize.org/prizes/chemistry/1993/mullis/facts/>

²⁶⁵ ČERNÝ, Jiří a Jan HOLEŠ. *Sémiotika*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-832-5. s. 213

Oproti jednoznačným vědeckým znakům je v jednom z odstavců článku z 8. prosince také významově mnohoznačný popis délky sekvence aminokyselin: „*Sekvence aminokyselin, které jsou podobné v syncytinu-1 a v proteinu SARS-CoV-2, je však poměrně krátká*“²⁶⁶. Poměrně krátká je v denotační rovině označení délky. Nejsou ovšem specifikovány jednotky, ani není dáno měřítko, v němž je délka hodnocena. Na konotační rovině je tedy tato informace zavádějící, pokud čtenář nemá odborné znalosti v příslušném oboru. Slovo „poměrně“ (*quite*) asociuje nejistotu, neurčitost. Kdyby bylo nahrazeno například slovem „velmi“, nebo zcela vynecháno, význam věty by se změnil a autor by musel toto tvrzení podložit vědeckou studií.

Co se týče důkazů pro nepravdivost kontrolovaného tvrzení, je citován profesor virologie, profesní sdružení gynekologů, porodníků a odborníků na reprodukční a sexuální zdraví žen, Royal College of Obstetricians and Gynaecologists (RCOG), národní zdravotní služba – National Health Service (NHS), Britská asociace pro plodnost a Public Health England. Jedná se o důvěryhodné zdroje, národní organizace, konotací těchto citací je zvýšení kredibility článku a důvěry v jeho hodnocení kontrolovaného tvrzení.

Metafory a metonymie přítomné v textech jsou běžné, obecné. Příkladem je například metonymie „vedlejší účinky“, nebo metafora „imunitní reakce by mohla napadnout“. Jedná se o rétorické tropy často užívané v konverzaci, které „*jsou zpravidla brány jako dané a stávají se součástí příručního vědění zdravého rozumu*“²⁶⁷. Nemají tedy žádnou specifickou konotaci, která by ovlivňovala interpretaci textu.

V ideologické rovině vyznívá text z 8. prosince silně pro očkování. Ve vztahu k jeho potenciálním negativním či nebezpečným vedlejším účinkům jsou používány fráze jako „reálně nepravděpodobné“, „tvrzení není ničím podloženo“, nebo „tato možnost je mizivá“²⁶⁸. Konotací těchto frází, a zejména zopakovaných krátce po sobě, je důvěra v nízkou až nulovou pravděpodobnost výskytu vedlejších účinků ovlivňujících plodnost.

Syntagmatická struktura textů je velmi prostá, jednoznačná. Obsahuje úvod i závěr, které velmi plynule přechází, částečně se i překrývají, se samotnými tematickými odstavci. Struktura jednotlivých odstavců je napříč články identická, až šablonovitá, což poukazuje na tvorbu

²⁶⁶ No evidence Pfizer Covid-19 vaccine affects women's fertility. *FullFact.org* [online]. 8 December 2020 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://fullfact.org/health/vaccine-covid-fertility/>

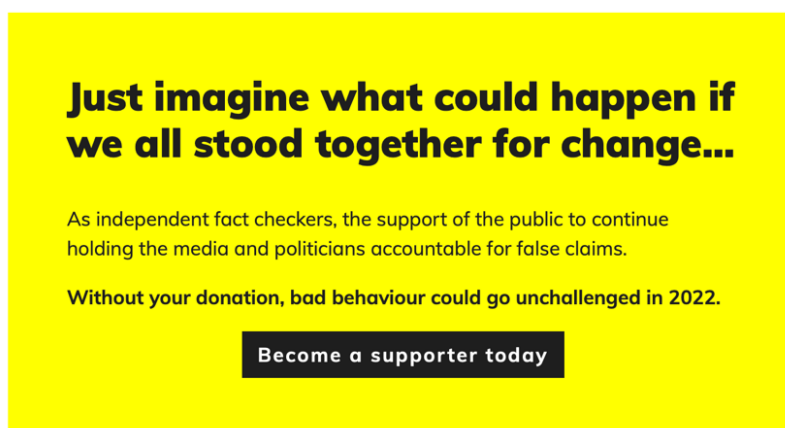
²⁶⁷ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 358

²⁶⁸ No evidence Pfizer Covid-19 vaccine affects women's fertility. *FullFact.org* [online]. 8 December 2020 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://fullfact.org/health/vaccine-covid-fertility/>

počítačem. Po závěrečném shrnutí předložených argumentů sdělení nekončí, ale pokračuje dvěma boxy, identickými napříč všemi články Full Fact webu.

Jedním z nich je zarámovaný text v jasně žlutém poli. Stojí v něm „*Jen si představte, co by se mohlo stát, kdybychom se všichni společně zasadili o změnu... Jako nezávislí ověřovatelé faktů, podpora veřejnosti, aby média a politici nadále nesli odpovědnost za nepravdivá tvrzení. Bez vašeho příspěvku by špatné chování mohlo v roce 2022 zůstat bez následků. Staňte se podporovatelem ještě dnes*“²⁶⁹ (viz Obr. 9).

Žlutá barva je na celé stránce použita kromě tohoto boxu jen v jednom dalším případě, a sice na tlačítku „Darujte“ (*Donate*) v pravém horním rohu. Na úrovni denotace jde o výzvu k příspěvní na fungování webu s využitím žluté barvy jako jednotícího prvku pro tato sdělení. Na úrovni konotace značí výběr barvy, která je nejjasnějším a nejvýraznějším prvkem celé stránky, relevanci tohoto sdělení a jeho odlišnost oproti zbytku obsahu. Zarámování textu jej odděluje od zbytku textu a navádí čtenáře k jeho dekodování separátně. Na úrovni ideologické pak naznačuje, že provoz webu, automatizovaného nástroje pro ověřování faktů a produkce fact-checkingových článků jsou finančně náročné procesy.



Obr. 9: Box na konci článku vyzývající k podpoře webu, aby mohl i v roce 2022 pokračovat v boji proti falešným sdělením. Zdroj: <https://fullfact.org/health/vaccine-covid-fertility/>

Druhým boxem je seznam pěti odkazů na související zprávy. Ten plní funkci zdroje dodatečných informací v případě čtenářova zájmu o rozšíření povědomí o problematice. Jeho umístění ve spodní části stránky zároveň čtenáře navádí k pokračování na další článek na Full Fact webové stránce místo opouštění webu, což v rovině ideologické značí snahu udržet pozornost návštěvníka webové stránky co nejdéle na vlastním serveru.

²⁶⁹ No evidence Pfizer Covid-19 vaccine affects women's fertility. *FullFact.org* [online]. 8 December 2020 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://fullfact.org/health/vaccine-covid-fertility/>

Related fact checks

Article claiming link between referee whistles and heart problems in athletes is fake

GB News interview features misleading claims about Covid-19 and vaccines

Dr Anthony Fauci has not been arrested by Special Forces

Boots isn't selling lateral flow tests 'the taxpayer has already paid for'

The UK's Covid 'survival rate' is lower than 99.972%

Obr. 10: Box s odkazy na související články. Zdroj: <https://fullfact.org/health/vaccine-covid-fertility/>

Dále jsou ve spodní části textu logotypy Facebooku a Twitteru s výzvou ke sdílení článku na těchto sociálních sítích. Významová denotační rovina těchto znaků je jednoznačná – značí danou sociální síť. Význam je podpořen odkazem, jež na danou síť čtenáře přeměruje po kliknutí. Jsou ovšem uvedeny v černobílém provedení, které má za cíl potlačit jejich primární reklamní funkci a vizuální agresivitu. Jsou tedy sladěny do černé barvy v rámci barevného ladění celého webu, aby svou odlišností nepůsobily v rámci sdělení příliš dominantně. V rovině konotační značí snahu o rozšíření dosahu textu, v ideologické jde o boj proti vyvrácené dezinformaci prostřednictvím propagace článku do okruhu kontaktů recipienta. Oba příspěvky pracují s jedním dominantním typem textu jakožto hlavním znakovým systémem, jedná se tedy o simplexní komunikáty.²⁷⁰ V rovině třetího stupně označování, ideologické, je článek z 8. prosince jako celek zaměřen ve prospěch očkování a ve své podstatě k němu vybízí. Ačkoliv se zabývá pouze otázkou kauzality neplodnosti, nebere v potaz ani nerozebírá žádné jiné potenciální vedlejší účinky. Článek z 23. října je zaměřen na odborný popis funkce PCR testování, prostřednictvím čehož objasňuje chybnost tvrzení.

11.2 Analýza výstupů o pandemii onemocnění COVID-19 z webu EUFactCheck

Web EUFactCheck se věnoval objasňování zavádějících tvrzení kolem pandemie onemocnění COVID-19 v řadě svých příspěvků. Jedná se o výroky ohledně nošení ochranných masek, očkování a jeho vedlejších účinků, „green pasů“ a dalších. V tomto rozboru se autorka zaměřila na dva konkrétní příspěvky, jeden kontrolující tvrzení o údajné neúčinnosti PCR testů a druhý o neplodnosti mužů, kterou dle tvrzení způsobuje jako vedlejší účinek očkování.

²⁷⁰ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 354

První ze zmíněných příspěvků se věnuje účinnosti PCR testů a nese titulek „*Mostly false: PCR tests do not tell if someone is infected or contagious*“²⁷¹ (Z většiny nepravda: PCR testy neřeknou, zda je někdo nakažený nebo nakažlivý). Autoři, fact-checkeři ze slovinské Fakulty společenských věd Univerzity v Lublani²⁷², ve článku popisují kontrolu tvrzení slovinského televizního moderátora Marko Potrče. Ten 20. října 2020 ve svém příspěvku na Facebooku prohlásil, že PCR testy neurčují, zda je někdo skutečně nakažený nebo dokonce nakažlivý. Své tvrzení podložil tím, že to ve státní televizi uvedla i doktorka Tatjana Lejko Zupanc, specialistka na infekční choroby.²⁷³

Text EUFactCheck byl zveřejněn 11. ledna 2021, přičemž příspěvek Marko Potrče byl publikován 20. října 2020, tedy o tři měsíce dříve. Dle výsledku průzkumu autorky se žádný jiný fact-checkingový server dostupný v českém nebo anglickém jazyce kontrolou pravdivosti tohoto tvrzení nezabýval.

Druhým je článek „*Uncheckable: Coronavirus can lead to infertility*“²⁷⁴ (Nemožno ověřit: Koronavirus může vést k neplodnosti), který byl publikován 28. října 2021. Autory článku je šest studentů ze South Ural State University v ruském Čeljabinsku. Zaměřují se v něm na kolující tvrzení na sociálních sítích o tom, že jsou lidská varlata potenciálním cílem koronavirové infekce COVID-19. Tvrzení vychází ze zveřejněného výzkumu čínských vědců, že jsou lidská varlata potenciálním cílem infekce COVID-19. Podle vědců je ve varlatech vysoká koncentrace receptorů ACE2, skrze které proniká virus SARS-CoV-2 do buněk.²⁷⁵

Ačkoliv hlavním použitým znakovým kódem obou příspěvků je text, obsahuje sdělení také doplňující obrazový materiál, jedná se tedy o komplexní komunikáty.²⁷⁶

V článku z 11. ledna 2021 je tvrzení označeno za „z většiny nepravdivé“ (*mostly false*) jak přímo v titulku, tak v úvodu, a také graficky. Tvrzení v článku z 28. listopadu je označeno

²⁷¹ Mostly false: “PCR tests do not tell if someone is infected or contagious”. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 11 January 2021 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-false-pcr-tests-do-not-tell-if-someone-is-infected-or-contagious/>

²⁷² AUTHOR ARCHIVES: FACULTY OF SOCIAL SCIENCES, UNIVERSITY OF LJUBLJANA, SI. *EUFactCheck.eu* [online]. [cit. 2022-04-13]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/author/faculty-of-social-sciences-university-of-ljubljana/>

²⁷³ Mostly false: “PCR tests do not tell if someone is infected or contagious”. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 11 January 2021 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-false-pcr-tests-do-not-tell-if-someone-is-infected-or-contagious/>

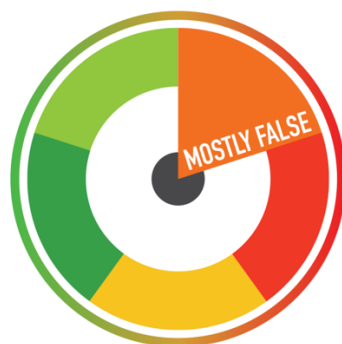
²⁷⁴ Uncheckable: Coronavirus can lead to infertility. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 28 November 2021 [cit. 2022-04-15]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/uncheckable-coronavirus-can-lead-to-infertility/>

²⁷⁵ Tamtéž.

²⁷⁶ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 354

jako „nemožno ověřit“ (*uncheckable*), protože i přes kontrolu mnoha zdrojů pro něj nebylo možné najít vědecky podložené potvrzení či vyvrácení.

EUFactCheck standardně využívá značení výsledku kontroly na pětibarevném semaforu. Jednotlivé barvy zde označují hodnocení „pravda“ (*true*), „z většina pravda“ (*mostly true*), „nepravda“ (*false*), „z většiny nepravda“ (*mostly false*) a „nemožno ověřit“ (*uncheckable*). Stupnice barev reflektuje semafor, protože jde také od zelené přes oranžovou po červenou. Volba barev ale není bezúčelná, neboť „barvy na nás bezprostředně působí a vyvolávají různé city a emoce“²⁷⁷.



Obr. 11: Úvodní grafické znázornění výsledku kontroly tvrzení. Zdroj:

<https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-false-per-tests-do-not-tell-if-someone-is-infected-or-contagious/>

Červená barva je zde asociována s hodnocením „nepravda“, čímž může ve čtenáři vyvolávat negativní, silné emoce, ačkoliv záleží na významu červené barvy v dané kultuře. Často se ovšem jedná o jednu z nejvýznamnějších barev vůbec, neboť je symbolem krve, rituálů, poutá na sebe pozornost, odstrašuje.²⁷⁸ Její význam může být vysledován i v přírodě, na příkladu aposematických zbarvení. Živočichové červenou barvou dávají na velkou vzdálenost ostatním živočichům najevo výstrahu, nebezpečí, potřebu zvýšené pozornosti.²⁷⁹

Červená barva je ale součástí mnoha znakových systémů i v lidských společnostech (např. na dopravních značkách, v kresbách na tělech u domorodých kmenů apod.). „Červená barva znamená také agresi nebo provokaci. V býčích zápasech se používá ke dráždění býků“²⁸⁰.

Jelikož je konkrétně u hodnocení článku z 11. ledna použita oranžová barva, tedy hodnocení „z většiny nepravda“, autoři upozorňují na relevanci a závažnost poznatků v článku, ovšem

²⁷⁷ ČERNÝ, Jiří a Jan HOLEŠ. *Sémiotika*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-832-5. s. 196

²⁷⁸ Tamtéž, s. 197

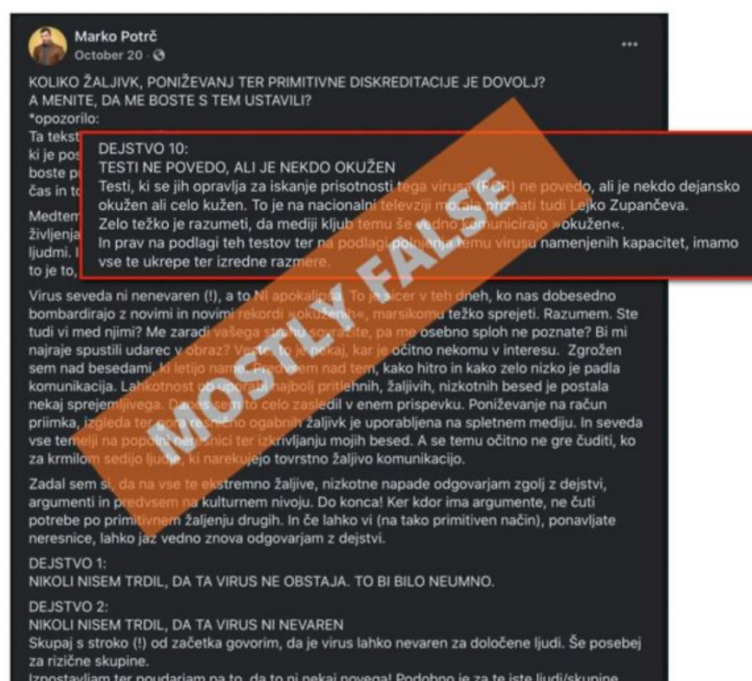
²⁷⁹ MERGL, Michal. *Výstražný vzhled živočichů - aposematismus*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni [online]. 2016 [cit. 2022-04-01]. Dostupné z: <https://dspace5.zcu.cz/bitstream/11025/29394/1/Vystrazny%20vzhled.pdf>

²⁸⁰ ČERNÝ, Jiří a Jan HOLEŠ. *Sémiotika*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-832-5. s. 197

předesílají, že nejde o zcela vyhraněné hodnocení – v tom případě by bylo označeno červeně. U článku z 28. listopadu je použita barva žlutá, která vystihuje podstatu hodnocení „*nemožno ověřit, protože značí jak „moudrost a optimismus, tak nedůvěru a obezřetnost“*“²⁸¹.

Písmo článku je bezpatkové, text zarovnaný k levé straně a design minimalistický, založen na kontrastu bílého pozadí a černého textu. Jediné barvy jsou právě v hodnotícím semaforu, čímž na sebe tento obrazový znakový celek poutá ještě více pozornosti.

Marko Potrč byl v době pandemie velmi aktivní na sociálních sítích, zejména na Facebooku. Dosah jeho příspěvků byl průměrně přes tisíc reakcí na jeden příspěvek.²⁸² Kontroloři EUFactCheck uvádějí přímo odkaz kontrolovaného příspěvku, ten byl však v době přípravy práce nedostupný. K dispozici je fotografie původního příspěvku.



Marko Potrč's original post. Source: <https://www.facebook.com/PotrMarko/posts/3431861533573498>

Obr. 12: Původní příspěvek Marko Potrče s EUFactCheck bannerem. Zdroj: <https://www.facebook.com/PotrMarko/posts/3431861533573498283>

Přes snímek je vodoznakem oranžový text „z většiny nepravda“. Autoři uvádí smysl pro tento styl označení fotografie, ačkoliv ne na webu samotném, ale v knize *Methodology and lessons*

²⁸¹ DANNHOFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3785-7. s. 47

²⁸² Mostly false: “PCR tests do not tell if someone is infected or contagious”. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 11 January 2021 [cit. 2022-04-16]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-false-pcr-tests-do-not-tell-if-someone-is-infected-or-contagious/>

²⁸³ Tamtéž.

learned vydané pro účely edukace: „*Ve snaze zabránit dalšímu nevědomému šíření dezinformací, přidali jsme výsledné hodnocení jako první slovo titulku a banner tohoto hodnocení umístili přes snímek obrazovky původního tvrzení*“²⁸⁴.

Zároveň ale vodoznakem pro příjemce sdělení udávají jakýsi filtr, skrz který text čte, metaforicky i doslovně. I kdyby tedy čtenář s původním příspěvkem souhlasil, kdyby na něj narazil v jiném kontextu, nyní jej čte s již formovaným názorem, že se jedná o většinovou nepravdu.

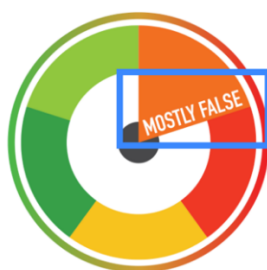
Sekce s analyzovaným tvrzením je zvýrazněna pomocí červeného rámečku. Červená barva i zde „*vyvolává pocit nebezpečí a výhružnosti*“²⁸⁵ a udává orámování stejnou funkcí, jako využití této barvy na hodnotícím semaforu – váže na sebe pozornost, varuje, že jde o informaci, na níž je třeba dát si pozor.

Autenticitu textu posiluje velmi časté využití osobních a přivlastňovacích zájmen, nebo sloves v minulém čase v první osobě čísla množného. Příkladem využití jsou například věty „*my jsme chtěli*“, „*jsme považovali za vhodné*“, nebo „*oba naši experti se shodují*“. Pro recipienta tato sdělení v konotační rovině představují osobní zkušenost konkrétních osob, čímž se zvyšuje schopnost se se sdělením ztotožnit.

Celkově má článek devět odstavců, z čehož se pouze čtyři věnují samotnému rozboru tvrzení a zbylé vysvětlení terminologie a funkce samotných PCR testů. Syntagmatické řazení je účelově postavené tak, aby byl čtenář nejprve konfrontován s výsledky hodnocení, a to hned několikrát (viz Obr. 13).

²⁸⁴ LEPPÄJÄRVI, Anne, Carien TOUWEN, Elvira VAN NOORT, Wouter FRATEUR a Frederik MARAIN, VISSERS, Nadia, ed. *EUfactcheck: A pan-European project: Methodology and lessons learned*. Mechelen, Belgium: European Journalism Training Association, 2020. ISBN 978-9-46400-811-1. s. 69

²⁸⁵ DANNHOFFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3785-7. s. 48



JAN 11

On 20 October 2020 Slovenian TV presenter Marko Potrč claimed in his Facebook post that the tests performed to detect the presence of the virus (PCR) do not tell if someone is actually infected or even contagious. He said that dr. Lejko Zupanc, infectious disease expert, also had to admit this on national television. This statement is misleading and this is **mostly false**.

Marko Potrč is a Slovenian TV presenter, who became more active on social media, particularly on Facebook, during the global pandemic. His first post that went viral was published in the beginning of July. He is focusing on criticising government measures which also results in undermining the health professionals and their work. While constantly posting he gained a lot of supporters and sympathizers. His huge reach (more than 1,000 likes on post) and audience engagement also led to mentioning him in mass media.



In the previously mentioned Facebook post he is defending himself by answering to the public and expert's criticism regarding coronavirus – measures and the virus itself. He explains himself by giving 13 statements – the claim we factchecked is one of them. In this particular post, he does not draw from opinions of professionals. The first person we contacted in the process of factchecking was the author himself. We wanted to get information about the motive that drew him to make the post and the original sources on which the claim was based.

Search

Type and hit enter ...

Other fact checks

- Uncheckable: "Generation Z has more mental health problems than any other generation before" April 14, 2022
- False: "Belgium blocks the waiver to release Covid-vaccine patents for the third world the most" April 11, 2022
- Mostly false: "If Srebrenica was a genocide, then we need to think up a new name for other more serious crimes" April 11, 2022
- Uncheckable: Deloitte Belgium claims to have reduced its CO2-emissions by a third in three years March 16, 2022
- Mostly false: new measures drop Moldova's vaccination rate by almost 60% February 18, 2022

Recent Comments

Blog #2 – Leo's International Fieldwork on Mostly true: "The Netherlands has one of the largest social housing sectors in Europe but the waiting list for social housing averages nine years"
 Candidate on Mostly true: Italy's employment rates peaking while

Obr. 13: Graficky znázorněná frekvence opakování výsledného hodnocení tvrzení v první části článku.

Zdroj: <https://www.facebook.com/PotrMarko/posts/3431861533573498286>

Prvním znakovým celkem obsahujícím tuto informaci a zároveň prvním znakovým celkem v textu obecně, je titulěk „Z většiny nepravda: PCR testy neříkají, zda je někdo nakažený nebo nakažlivý“²⁸⁷. Na rovině ideologické vede titulěk čtenáře k předem zvolenému významu sdělení. Sedláková definuje roli titulku a popisku jako znakové celky, které „sdělení ukotvují a redukuje mnohost nesených významů“²⁸⁸. V tomto konkrétním případě je cíle dosaženo prostřednictvím anchoringu neboli ukotvení, jež je podrobněji popsáno v kapitole 2.2. Tím je určena čočka, skrze kterou recipient dekóduje zbytek sdělení v následujících odstavcích.

²⁸⁶ Mostly false: "PCR tests do not tell if someone is infected or contagious". *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 11 January 2021 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-false-pcr-tests-do-not-tell-if-someone-is-infected-or-contagious/>

²⁸⁷ Tamtéž.

²⁸⁸ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 384

Jeden z odstavců je uveden titulkem „*Být nakažený VS. být nakažlivý*“²⁸⁹ a obsahuje vysvětlení rozdílu mezi termíny nakažený a nakažlivý. Text odstavce začíná větou „*Nejprve je nutné určit rozdíl mezi bytím nakažený a nakažlivý*“²⁹⁰. Slova „nejprve“ a „nutné“ konotují důležité sdělení, zásadní pasáž, hlavní funkcí je proto zaujmout recipienta, vtáhnout ho do problematiky a vzbudit jeho zvědavost. Navíc je v titulku užita zkratka pro versus, jejímž účelem je upozornit a zaujmout recipienta: „*výrazy kontra a versus mají úlohu předložek a pojí se s 1. pádem. Jsou potřebné k zesílenému vyjádření toho, že jde o rozpor, střetnutí dvou celků*“²⁹¹.

Dalším znakovým celkem je závěr, shrnutí. Jsou zde stručně zopakovány poznatky ze všech zdrojů a uvedeno zdůvodnění pro finální hodnocení tvrzení, primární funkce je tedy informační. U článku z 11. ledna je uvedeno označení „z většiny nepravdivé“, tvrzení ovšem není zcela vyvráceno, jen popsáno jako „zavádějící“. Jelikož „z většiny nepravdivé“ a „zavádějící“ nejsou považována za synonyma, souvislost „zavádějící, tudíž z většiny nepravdivé“ je konstruktem autorů. Z toho vyplývá, že druhou funkcí tohoto znakového celku je persvaze, snaha příjemce v závěru dekodování sdělení utvrdit v důvěře ve správnost autorova názoru.

Z rétorických trop se v textu objevuje například metafora „podkopávání zdravotníků a jejich práce“²⁹². Je využita v kontextu popisu obsahu příspěvku Potrče. Alternativně by mohla být použita slova „znevažování“, „podrývání“ nebo „neúcta“, konotace by se ale příliš nezměnila, je tedy užita jedna z možných variant bez specifického důvodu pro tuto konkrétní volbu. V ideologické rovině metafora evokuje sympatii se zdravotníky a respekt k jejich náročné práci v průběhu pandemie. V důsledku ve čtenáři vyvolává negativní emoce vůči Potrčovu tvrzení a potenciálně větší důvěru v celé sdělení.

Další rétorické tropy jsou užity bez záměru změny interpretace recipientem a jejich funkce je čistě informativní, jako například „opírá se o tvrzení“, nebo „masová média“.

Intertextualita se v příspěvku z 11. ledna objevuje na třech místech, vždy v podobě hypertextového odkazu. V jednom z těchto případů je intertextualita podpořena kromě

²⁸⁹ Mostly false: “PCR tests do not tell if someone is infected or contagious”. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 11 January 2021 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-false-pcr-tests-do-not-tell-if-someone-is-infected-or-contagious/>

²⁹⁰ Tqmtěž.

²⁹¹ KROUPOVÁ, Libuše. Předložky kontra a versus. *Naše řeč*. 1968, 51 (5), s. 301-303

²⁹² Mostly false: “PCR tests do not tell if someone is infected or contagious”. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 11 January 2021 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-false-pcr-tests-do-not-tell-if-someone-is-infected-or-contagious/>

odkazu také zmínkou o rozhovoru v národním vysílání. Toto zdvojení neboli simultánní označování posiluje dojem relevance odkazovaného, tedy rozhovoru s doktorkou Zupanc. „Simultánní označování je využíváno k předcházení nebo k redukci případného komunikačního šumu, ale zároveň je potenciálním nástrojem manipulace“²⁹³. V rovině ideologie se tento postup jeví jako snaha co nejvíce prokázat kredibilitu zdroje, pravděpodobně také proto, že jsou zdroje pro vyvrácení Potrčova tvrzení uvedeny celkově jen dva a jeden z nich anonymní.

Zmíněným anonymním zdrojem je „infektolog z COVID oddělení, který si přál zůstat v anonymitě“²⁹⁴. Ačkoliv se jedná o standardní novinářský postup, pro recipienta slovo „anonymita“ evokuje neznámo, neschopnost identifikovat, a minimální důvěru. Žádné jiné zdroje ani další fact-checky daného tvrzení nejsou zmíněny, jejich absence nahrazují několikařádkové citace rozhovorů s uvedenými dvěma experty.

V textu je užitá i binární opozice. „Jeho obrovský dosah (více než 1000 líků na příspěvek)“²⁹⁵ je kontrastním protikladem k „použil pouze malou část jejího vyjádření“²⁹⁶. V rovině denotace jde o protiklad velikostí – obrovský a malý. V rovině konotace se z této binární opozice recipient dovídá o velikosti Potrčova publika na sociálních sítích, a zároveň o jeho neúplné citaci rozhovoru s doktorkou Zupanc. Na rovině ideologické ovšem užití tohoto kontrastu upozorňuje na nebezpečí vytržení citací z kontextu a jejich publikaci na sociálních sítích, kde se mohou velmi rychle a snadno šířit prostřednictvím aktivního publika.

V příspěvku z 28. listopadu je taktéž několik příkladů intertextuality v podobě hypertextových odkazů, a shrnutí a citace tří vědeckých prací na téma neplodnosti způsobené nákazou COVID-19. Součástí jsou také dva rozhovory s experty pro danou problematiku. Jména obou expertů, Elena Novikova i Artur Isaev jsou uvedena tučně, což jim v jinak nezvýrazněném textu přidává na relevanci.²⁹⁷

Ačkoliv jsou přiloženy snímky obrazovky z konverzací s experty, z fotografií je vidět pouze zvolená pasáž rozhovoru, nejsou viditelná jména účastníků konverzace, ani datum, kdy probíhala. Text je v ruštině, není k dispozici překlad ani přepis rozhovoru. Není také zřejmé,

²⁹³ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 354

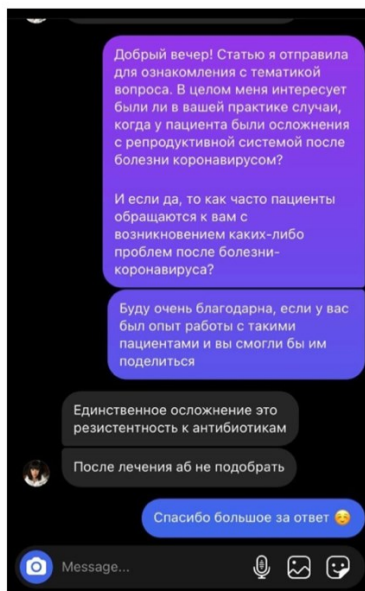
²⁹⁴ Mostly false: “PCR tests do not tell if someone is infected or contagious”. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 11 January 2021 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-false-pcr-tests-do-not-tell-if-someone-is-infected-or-contagious/>

²⁹⁵ Tamtéž.

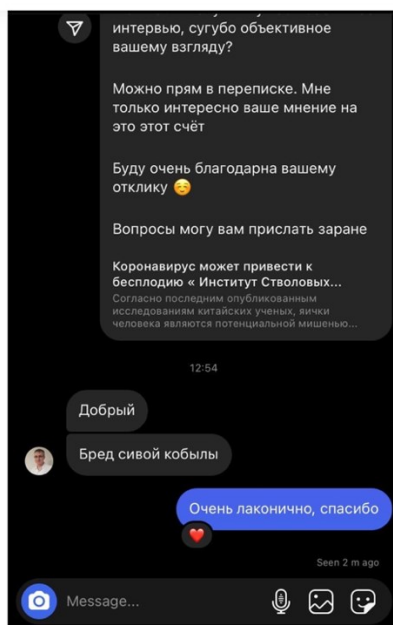
²⁹⁶ Tamtéž.

²⁹⁷ Uncheckable: Coronavirus can lead to infertility. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 28 November 2021 [cit. 2022-04-15]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/uncheckable-coronavirus-can-lead-to-infertility/>

proč byli zvoleni právě tito dva respondenti. „*Odvolává-li se zpráva na experta, rozhodně stojí za to se mrknout, zda expert vůbec existuje a zda se dané oblasti věnuje*“²⁹⁸. Tyto aspekty důvěryhodnost článku nijak nezvyšují, protože ačkoliv jsou rozhovory s experty přínosem, je potřeba je odůvodnit.



Obr. 14: Snímek obrazovky s rozhovorem s doktorem pro účely ověření tvrzení. Zdroj: <https://eufactcheck.eu/factcheck/uncheckable-coronavirus-can-lead-to-infertility/>



Obr. 15: Druhý snímek obrazovky s rozhovorem s doktorem pro účely ověření tvrzení. Zdroj: <https://eufactcheck.eu/factcheck/uncheckable-coronavirus-can-lead-to-infertility/>

²⁹⁸ GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. s. 125

V ideologické rovině se text z 28. listopadu svým vyzněním přiklání k přesvědčení, že onemocnění COVID-19 na neplodnost u mužů vliv má. Vybrána je například následující sekce rozhovoru: „*Na otázku, zda v poslední době zaznamenala v praxi případy, kdy se u pacientů objevily komplikace s reprodukčním systémem po onemocnění koronavirem, okamžitě odpověděla: Ano, byly. Během pandemie se samozřejmě výrazně zhoršila plodnost mužů*“²⁹⁹. Slovo „okamžitě“ následované potvrzením komplikací reprodukčního systému „ano, byly“ a „samozřejmě“ konotuje velkou pravděpodobnost souvislosti mezi onemocněním COVID-19 a neplodností.

Dále se v textu objevují fráze jako „*po prodělání koronavirového onemocnění existují negativní důsledky. Ovlivňují plodnost i hormonální stav muže*“ („*there are negative consequences after suffering from a coronavirus disease. They affect both fertility and the hormonal background of a man*“³⁰⁰), nebo „*nejen koronavirus, ale i jakékoli jiné respirační virové onemocnění může způsobit komplikace reprodukčních funkcí*“ („*not only coronavirus, but also any other respiratory viral diseases can cause complications of reproductive function*“³⁰¹). Jejich konotací je pravděpodobnost výskytu poruch reprodukčního systému u mužů v následku prodělání onemocnění COVID-19.

Ve spodní, závěrečné sekci se u obou příspěvků nachází blok odkazů na související kontroly faktů. U dvou z nich lze na základě výskytu slov „očkování“ (*vaccination*) a „Covid-očkování“ (*Covid-vaccine*) usuzovat, že se jedná o tematicky související příspěvky.³⁰² Z dat uvedených pod titulky článků je ovšem zřejmé, že spíše než o související příspěvky jde o přehled nejnovějších příspěvků. Nefunguje tedy generování souvisejících příspěvků, ani personalizace doporučeného obsahu, ale propagován je obsah čistě dle data publikování.

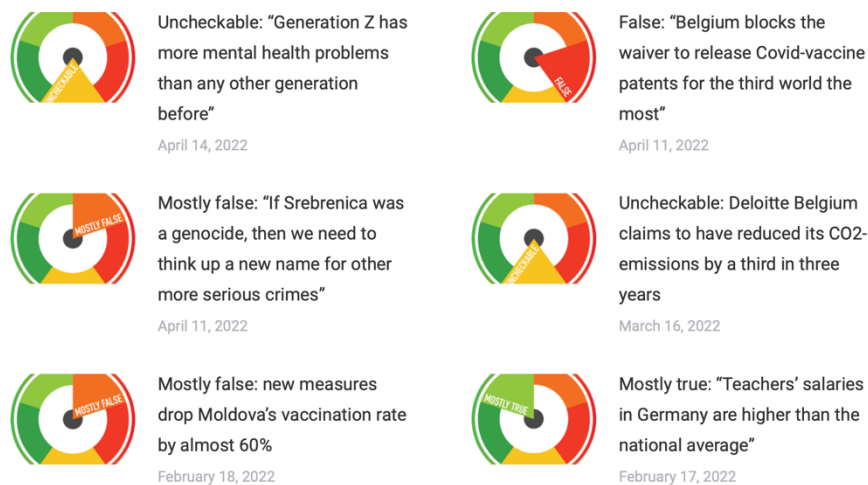
²⁹⁹ Uncheckable: Coronavirus can lead to infertility. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 28 November 2021 [cit. 2022-04-15]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/uncheckable-coronavirus-can-lead-to-infertility/>

³⁰⁰ Tamtéž.

³⁰¹ Tamtéž.

³⁰² Tamtéž.

Related Posts



Obr. 16: Doporučované související články. Zdroj: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-false-pcr-tests-do-not-tell-if-someone-is-infected-or-contagious/>

Celkově sdělení z 11. ledna recipienta konfrontuje s tvrzením, jež od počátku vyvrací prostřednictvím simultánního označování, binární opozice, obrazových znakových kódů a intertextualit. Ideologicky je text zaměřen proti kontrolovanému tvrzení, přičemž se snaží prostřednictvím užitých znakových kódů a jejich syntagmatickým rozložením čtenáře přesvědčit o věrohodnosti předkládaných argumentů. Zdroje jsou ovšem pouze dva, jeden z nich anonymní, autor tedy absencí četnosti zdrojů nahrazuje rozsahem citací a přiblížením narativu recipientovi užitím osobních zájmen.

Článek z 28. listopadu tematiku rozebírá prostřednictvím poznatků z vybraných vědeckých prací a rozhovory se dvěma odborníky. Ačkoliv je závěrečným verdiktem autorů „nemožno ověřit“, článek prostřednictvím účelné syntagmatické skladby textu a použitím vybraných slovních spojení konotuje potvrzení souvislosti mezi onemocněním COVID-19 a neplodností u mužů, což v ideologické rovině podporuje strach z možných následků nákazy.³⁰³

11.3 Porovnání kontroly tvrzení na příkladech zpráv o onemocnění COVID-19

Oba servery se věnují fact-checkingu tvrzení souvisejících s onemocněním COVID-19, jež čtenářům zprostředkovávají prostřednictvím svých webových stránek. Ačkoliv nešlo o analýzu velkého vzorku článků, i z analyzovaných příkladů je zřejmé, že mají oba weby specifické stylistické ladění článků, které se stále opakuje. „*Při systematickém opakování*

³⁰³ Uncheckable: Coronavirus can lead to infertility. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 28 November 2021 [cit. 2022-04-15]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/uncheckable-coronavirus-can-lead-to-infertility/>

souboru znaků k vyjádření určitého sdělení dochází k řetězení konotací a vytvoření mýtu³⁰⁴. Stejná stylistika článku tedy vytváří mýtus, jež ve čtenáři již vzbuzuje dojem známého, přesvědčivého, a není již tak pozorný k relevanci prezentovaných argumentům.

Využitím opakování, účelné volby slovních spojení, výběru zdrojů a syntagmatického řazení textu lze u článků EUFactCheck sledovat snahu přesvědčit čtenáře o správnosti hodnocení, spíše než tvrzení objektivně posoudit v kontextu všech dostupných informací.

Články jsou složeny z různých znakových celků, přičemž EUFactCheck pracuje s větším množstvím obrazového materiálu, čímž zvyšuje komplexnost svých sdělení. Součástí obrazového materiálu jsou také snímky obrazovky, tedy něco, co nelze dohledat pouhým prohledáním relevantních zdrojů, což lze automatizovaně, ale vyžaduje lidskou interakci s přístrojem.

Šablonovité členění textů Full Fact poukazuje na tvorbu automatizovaným nástrojem, protože se jedná o stejné počty odstavců oddělené mezititulky s identickým, otázkovým stylem. Protože nedochází k opakování frází a text je plynule čitelný, jedná se o komplexní šablonu, nebo je text po automatizované produkci editován člověkem. „*Pro zvýšení variability konečných výstupů lze jednotlivým slovům v šabloně přiřadit neomezený počet synonym, která se náhodně vybírají při generování textů. A konečně větvení nabízí možnost vkládat slova, věty nebo celé odstavce v závislosti na určitých podmínkách*“³⁰⁵.

Analýzou barev jakožto samostatných znakových kódů bylo identifikováno simultánní označování u článků serveru EUFactCheck, kdy je výsledné hodnocení pravdivosti tvrzení zmíněno jak v titulku a samotném textu, tak zvýrazněním příslušné barvy na hodnotícím semaforu. „*Použití více znaků ke sdělování toho samého již nepřináší další informaci ani nedoplňuje podrobnosti, ale může přispívat ke větší srozumitelnosti textu*“³⁰⁶.

Stylistické prvky obou článků jsou minimalistické, slouží k efektivní a srozumitelné komunikaci sdělení od autora k příjemci, bez šumu okrasných prvků.

Všechny analyzované články obsahují znakový celek doporučených souvisejících článků, v případě článků z webu EUFactCheck se ovšem jedná pouze o nabídku nejnovějších vydaných

³⁰⁴ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 339

³⁰⁵ THURMAN, Neil, Konstantin DÖRR a Jessica KUNERT. When Reporters Get Hands-on with Robo-Writing. *Digital Journalism* [online]. 2017, 5(10), 1240-1259 [cit. 2022-04-21]. ISSN 2167-0811. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com.ezproxy.is.cuni.cz/doi/full/10.1080/21670811.2017.1289819?scroll=top&needAccess=true>

³⁰⁶ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 354

článků bez ohledu na téma aktuálně čteného článku. Ačkoliv může personalizace přispívat k tvorbě sociálních bublin, autorka se domnívá, že funkcí personalizované nabídky fact-checkových článků je přiblížit čtenáři „příběhy, které by poskytovaly ,kontext a pozadí‘ odpovídající úrovni informací, které člověk potřebuje, například s odkazem na to, co už dotyčný četl“³⁰⁷.

11.4 Analýza výstupů o Brexitu z webu Full Fact

Web Full Fact vyčlenil pro příspěvky zaměřené na kontrolu tvrzení týkajících se Brexitu celou sekci svých stránek. V době zpracovávání práce bylo na webu přes 80 příspěvků na toto téma (ke dni 20. dubna 2022). Autorka práce se zaměřila na dva konkrétní, které spadaly do zvoleného časového rozmezí a byly ve formátu standardních fact-checků, nikoliv shrnutí, blogových příspěvků, nebo rozhovorů.

Prvním je článek s titulkem „*A new Brexit bill doesn't allow the EU to unilaterally extend the Brexit date*“³⁰⁸ (Nový návrh zákona o Brexitu neumožňuje EU jednostranně posunout termín Brexitu), který byl publikován 3. září 2019.

Druhým je článek ze 3. listopadu 2021 „*Did the French PM really ask for the EU to ,punish‘ the UK over Brexit?*“³⁰⁹ (Opravdu francouzský premiér žádal, aby EU „potrestala“ Spojené království za Brexit?) ze 3. listopadu 2021. Tento článek se zabývá kontrolou tvrzení, která se objevila ve spojitosti s obsahem dopisu, který poslal francouzský premiér Jean Castex předsedkyni evropské komise, Ursule von der Leyen. Údajně v něm Castex vyzval EU k potrestání Spojeného království, závěrem kontroly Full Factu je ovšem misinterpretace daná pasáží.

Grafické zpracování příspěvku je identické s popisem příspěvků v kapitole 11.1, její šablonovitost poukazuje na automatizovanou tvorbu těchto textů, a opakování jednotlivých prvků se „opakují a posilují i významy sdělení. Stávají se »přirozenými«. Čím více se opakují, tím důvěryhodnější je to, co texty »říkají«“³¹⁰.

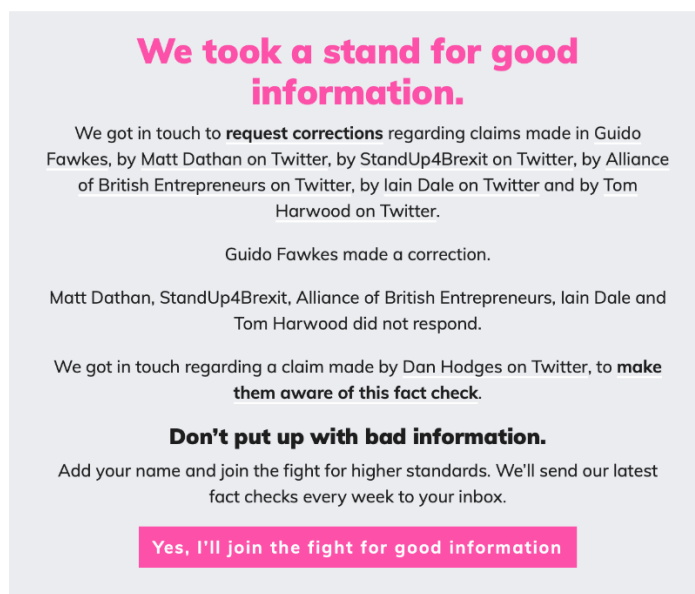
³⁰⁷ THURMAN, Neil, Konstantin DÖRR a Jessica KUNERT. When Reporters Get Hands-on with Robo-Writing. *Digital Journalism* [online]. 2017, 5(10), 1240-1259 [cit. 2022-04-21]. ISSN 2167-0811. Dostupné z: <https://www.tandfonline-com.ezproxy.is.cuni.cz/doi/full/10.1080/21670811.2017.1289819?scroll=top&needAccess=true>

³⁰⁸ A new Brexit bill doesn't allow the EU to unilaterally extend the Brexit date. *Full Fact.org* [online]. 3 September 2019 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://fullfact.org/europe/EU-cannot-unilaterally-extend-brexit-date/>

³⁰⁹ Did the French PM really ask for the EU to „punish“ the UK over Brexit? *Full Fact.org* [online]. 3 November 2021 [cit. 2022-04-21]. Dostupné z: <https://fullfact.org/europe/french-pm-eu-president-punishment-letter/>

³¹⁰ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-859-4767-6. s. 181

Na článek ze 3. září 2019 navazovala iniciativa serveru přimět šířitele nepravdivého tvrzení ke zveřejnění korekce svých příspěvků, aby již falešná informace nemohla dále kolovat internetem (viz obr. 17).



Obr. 17: iniciativa serveru Full Fact k opravě nepravdivých informací na Twitteru. Zdroj: <https://fullfact.org/europe/EU-cannot-unilaterally-extend-brexit-date/>

Box umístěný ve spodní části stránky je jedním ze znakových celků dotvářejících sdělení. Informující o iniciativě v návaznosti na výsledek kontroly tvrzení kolujícího po sociálních sítích, zejména Twitteru.

V tomto znakovém celku je viditelné použití binární opozice „dobré informace“ a „špatné informace“. Titulek „*Postavili jsme se za dobré informace*“ je uveden v růžové barvě. „*Není pochyb o tom, že právě růžová je nejvíce romantickou barvou, která působí velmi jemně, měkce,*“³¹¹ je tedy využita jako protiklad k černé barvě, ve které je uveden text „*Nesnášejte špatné informace*“³¹². Černá barva má totiž silně negativní význam³¹³ a zejména v západních kulturách symbolizuje smrt a smutek, čímž posiluje efekt binární opozice „dobré“ a „špatné“.³¹⁴

³¹¹ DANNHOFFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3785-7. s. 48

³¹² A new Brexit bill doesn't allow the EU to unilaterally extend the Brexit date. *Full Fact.org* [online]. 3 September 2019 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://fullfact.org/europe/EU-cannot-unilaterally-extend-brexit-date/>

³¹³ DANNHOFFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3785-7. s. 44

³¹⁴ ČERNÝ, Jiří a Jan HOLEŠ. *Sémiotika*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-832-5. s. 198

V tomto znakovém celku se čtyřikrát opakuje vlastní zájmeno „my“ (we). Burton a Jiráček zmiňují „vyjádření »našich« hodnot a postojů“³¹⁵ jako jednu ze čtyř funkcí stereotypů, protože „stereotypy nabývají společenské platnosti (a stávají se skutečnými stereotypy, jen pokud se ustaví sdílené přesvědčení, že představují názor či postoj nějaké skupiny“³¹⁶. Opakováním vlastního zájmena reprezentující určitou skupinu a binární opozicí dobra a zla se tak upevňuje stereotyp, že fact-checkingové weby poskytují ony „dobré“ informace.

Ve článku ze 3. listopadu se stejně jako u příspěvků Full Fact analyzovaných v kapitole 11.1 vyskytují šablonovité mezititulky s nesugestivními otázkami. Tato skutečnost nasvědčuje šablonovité tvorbě příspěvků.

Oba příspěvky hojně pracují s intertextualitou prostřednictvím hypertextových odkazů. V příspěvku ze 3. listopadu je citována řada externích zdrojů, včetně dalších fact-checkingových serverů. Vyhledávání zdrojů pro ověření tvrzení, nebo jeho hledání v databázi již ověřených zmiňuje Jakub Šimko jako jednu z funkcí automatizovaných fact-checkingových nástrojů: „Můžeme k textu hledat spolehlivé zdroje, které se mu podobají. Nebo se můžeme dívat do databáze existujících fact-checků a hledat, jestli už to někde nebylo“³¹⁷. Množství a důvěryhodnost uvedených zdrojů zvyšuje hodnověrnost článku a diametrálně jej odlišuje od dezinformačních textů, pro něž je typické, že „uvedené zdroje ve skutečnosti neexistují anebo se média odkazují na sebe navzájem a pohybují se v bludném kruhu“³¹⁸.

Rozmanitost zdrojů také přispívá vyváženosti hodnocení samotného tvrzení. Jelikož se tvrzení točí kolem vyznění dopisu francouzského premiéra, je sedm odstavců věnováno rozboru možných překladů a interpretace slova „dommages“. Text zmiňuje možnosti, jež vyvrací kontrolované tvrzení, a sice názory odborníků, že by dané slovo mělo být přeloženo jako „nevýhody“ (drawbacks) nebo „znevýhodnění“ (disadvantages), nikoli jako „škody“ (damages).³¹⁹ Zároveň ovšem cituje i možnost překladu, z něhož vychází základ pro samotné tvrzení: „Dr. Edward Arnold, profesor francouzštiny na Trinity College v Dublinu, však v překladu pro irský portál thejournal.ie přeložil »dommages« jako »poškození«“³²⁰. Díky tomuto spektru zmíněných možností si článek zachovává objektivitu.

³¹⁵ BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-859-4767-6. s. 198

³¹⁶ Tamtéž.

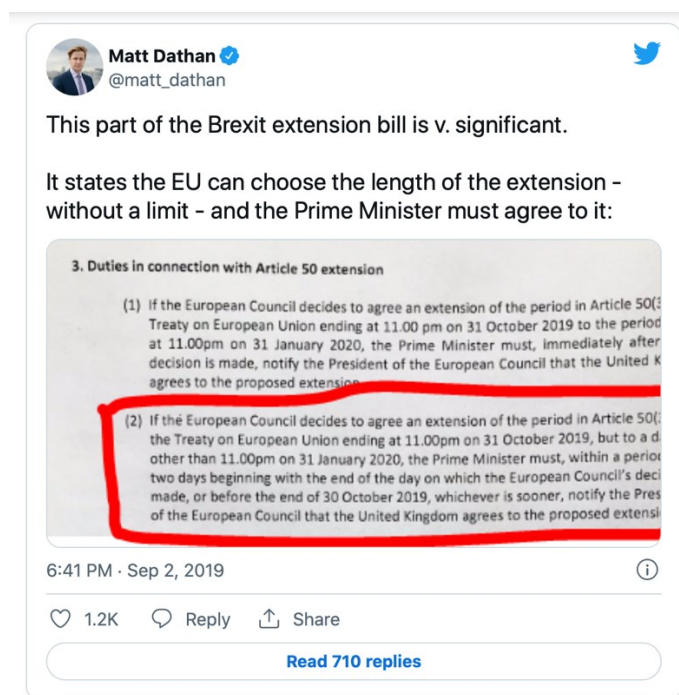
³¹⁷ Online rozhovor s Jakubem Šimkem (20. 1. 2022)

³¹⁸ GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. s. 125

³¹⁹ Did the French PM really ask for the EU to „punish“ the UK over Brexit? *Full Fact.org* [online]. 3 November 2021 [cit. 2022-04-21]. Dostupné z: <https://fullfact.org/europe/french-pm-eu-president-punishment-letter/>

³²⁰ Tamtéž.

Článek ze 3. září je komplexním komunikátem, protože mimo text uvádí řadu snímků obrazovky sociální sítě Twitter (viz Obr. 18), na níž se kontrolované tvrzení šířilo. „Významy jednotlivých použitých kódů se v komplexním komunikátu zpravidla vzájemně doplňují, a tak vytvářejí celek“³²¹. Tyto snímky dokreslují význam celého textového sdělení. „Obrázky, ať už se vyskytují v novinách, časopisech nebo televizi jsou ikonické, tj. podobou připomínají to, co zastupují. Tím výrazně podporují dojem autenticity médií“³²².



Obr. 18: Příklad uvedeného analyzovaného příspěvku z Twitteru. Zdroj: <https://fullfact.org/europe/EU-cannot-unilaterally-extend-brexit-date/>

Rétorické tropy v obou článcích jsou obecně užívané, nejčastěji ty, kde jsou „neživým předmětům na základě analogie přisuzovány lidské vlastnosti“³²³. Příkladem může být například „dopis vyzýval předsedkyni“ nebo „dopis fakticky uvádí“, nebo „parlament hlasoval“. Jejich účelem je „propůjčování významu z jedné sféry do druhé“³²⁴, a tak přisuzováním lidských vlastností neživým předmětům pomoci recipientovi pochopit proběhlé události.

Na závěr textového pole je vložena poznámka o opravě (u článku ze 3. září) a aktualizaci (u článku z 3. listopadu). Automatizované nástroje umožňují serveru simultánně kontrolovat,

³²¹ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 354

³²² BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-859-4767-6. s. 258

³²³ TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s. 122

³²⁴ Tamtéž, s. 123

opravovat a aktualizovat svoje příspěvky po stránce gramatické i faktické: „Všechny naše kontroly faktů procházejí několikastupňovou kontrolou a snažíme se o nejvyšší standardy přesnosti a transparentnosti. Přesto se mohou stát chyby. Pokud něco není správně, záznam co nejrychleji aktualizujeme. Na skutečnost, že byla provedena oprava, také upozorňujeme“³²⁵. V rovině konotační jde o upřesnění sdělení, v rovině ideologické navíc tento aspekt zvyšuje věrohodnost serveru, protože „pouze ochota uznat vlastní nedokonalost zachová konkrétnímu médiu důvěryhodnost“³²⁶.

V interpretační rovině tak oba příspěvky recipienta díky binárním opozicím a grafickému zpracování znakových celků recipienta přesvědčují o správnosti informací serveru Full Fact a nesprávnosti jiných: „Využívaným postupem je i vytváření opozic *My* a *Oni* skrze používání zájmen a hromadných označení“³²⁷. Zároveň je toto vyznění podloženo dostatkem důvěryhodných citovaných zdrojů.

11.5 Analýza výstupů o Brexitu z webu EUFactCheck

Článků s příznakem Brexitu bylo v době přípravy práce na webu EUFactCheck dostupných celkově 17. Autorka práce se zaměřila na dva z nich, které spadaly do zvoleného časového období, byly relevantní pro účely práce a nepracovaly s jinými jazyky než s českým nebo anglickým, aby byla autorka schopna u nich sémiotickou analýzu provést.

Oba články obsahují několik znakových celků – titulek, semafor s hodnocením, obrazové celky a samotný text rozdělený do odstavců s mezititulky.

První článek je nazván „*Mostly true: After Brexit referendum Brits move to an EU country*“³²⁸ (Z většiny pravda: Po referendu o Brexitu se Britové stěhují do zemí EU). Obsah je zaměřen na kontrolu tvrzení německého zpravodajského pořadu Tagesschau, který uvedl, že se Britové po referendum o odchodu Spojeného království z EU stěhují do zemí Evropské unie. Publikován byl 30. listopadu 2020 a autorkou je Jade Hochschule z Univerzity aplikovaných věd v německém Wilhelmshavenu. Tvrzení je v tomto článku zhodnoceno jako „z většiny pravda“ (*mostly true*).

³²⁵ About us: Frequently Asked Questions. *Full Fact* [online]. [cit. 2022-04-21] Dostupné z: <https://fullfact.org/about/frequently-asked-questions/#corrections>

³²⁶ GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. s. 75

³²⁷ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 446

³²⁸ Mostly true: After Brexit referendum Brits move to an EU country. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 30 November 2021 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-true-after-brexit-referendum-brits-move-to-an-eu-country/>

Druhým článkem je kontrola tvrzení, které pronesla belgická socialistická europoslankyně Marie Arena 19. ledna 2019. Tvrzení se týkalo údajně plánovaných vojenských a celních změn ve Spojeném království po Brexitu. Článek „*Mostly true: The UK will put 3.500 troops on standby and add around 3.000 custom agents to the borders*“³²⁹ (Z většiny pravda: Spojené království uvede do pohotovosti 3 500 vojáků a přidá na hranice přibližně 3 000 celníků). Článek byl publikován 4. dubna 2019, tedy necelé tři měsíce po kontrolovaném tvrzení, které je ve článku zhodnoceno jako „z většiny pravda“ (*mostly true*). Autory jsou studenti z Thomas More Univerzity aplikovaných věd ve Vlámku.

Součástí obou článků je barevný semafor hodnocení pravdivosti tvrzení. Oba jsou hodnoceny jako „z většiny pravda“ (*mostly true*), což je na semaforu znázorněno světle zelenou barvou. „Zelená barva má uklidňující a stabilizující účinek. Působí příjemně, chladně a uvolněně, uklidňuje a vyvolává pocit harmonie“³³⁰. Provedení hodnocení tvrzení v zelené barvě tedy uvádí toto tvrzení od začátku v pozitivním světle.



Obr. 19: Grafické znázornění hodnocení tvrzení. Zdroj: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-true-the-uk-will-put-3-500-troops-on-standby-and-add-around-3-000-customs-agents-to-the-borders/>

V syntagmatické rovině jsou články rozdílné. Článek ze 30. listopadu je tvořen několika tematickými celky tvořenými různým počtem odstavců, od jednoho po osm. Odděleny jsou věcnými, popisnými mezititulky.³³¹ Článek ze 4. dubna je tvořen čtyřmi odstavci, mezi nimiž

³²⁹ Mostly true: The UK will put 3.500 troops on standby and add around 3.000 custom agents to the borders.

EUFactCheck.eu - Powered by ETJA [online]. 4 April 2019[cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-true-the-uk-will-put-3-500-troops-on-standby-and-add-around-3-000-customs-agents-to-the-borders/>

³³⁰ DANNHOFFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3785-7. s. 50

³³¹ Mostly true: After Brexit referendum Brits move to an EU country. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 30 November 2021[cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-true-after-brexit-referendum-brits-move-to-an-eu-country/>

jsou mezititulky cílené na upoutání pozornosti, protože jsou originální a vzbuzují zvědavost.³³² Dosaženo je toho použitím uvozovek, číslic a vypíchnutím kontroverzních aspektů z odstavců, které uvádějí.³³³ Ačkoliv je tedy v knize popisující metody kontroly faktů EUFactCheck napsáno: „*striktně dodržujte formáty a stylistiku*“³³⁴, struktura obou článků se liší.

'They are not there to defend Dover!'

According to Richard Lewis, senior researcher at the Institute for European studies, the troops would mostly be there to assist local law enforcement with logistical issues such as traffic build-up, unloading goods and transporting essential medicines. 'The important thing to remember is that these figures represent a contingency plan. It is true that the figure of 3.500 soldiers has been bandied around. But they are not there to defend Dover!', says Lewis.

£40.000 a year for one customs agent

What about the increase of customs agents? Lewis thinks that Arena is undoubtedly on the right track here. 'The figures are anywhere between 3.000 and 5.000 that might be needed, but here it depends on the outcome of the Brexit negotiations', he states. The price tag of one customs agent according to Lewis? A hefty £40.000 a year. 'It's certainly a substantial sum of money and gives the lie to those in favour of Brexit who claim that it is a huge saving for the UK', he claims.

Obr. 20: Příklad originálních mezititulků ve článku EUFactCheck. Zdroj:

<https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-true-the-uk-will-put-3-500-troops-on-standby-and-add-around-3-000-customs-agents-to-the-borders/>

Článek z 30. listopadu obsahuje gramatické chyby. V angličtině se na rozdíl od českého jazyka měsíce píše s velkým začátečním písmenem bez ohledu na pozici ve větě. V článku jsou ovšem ve třech ze sedmi případů měsíce napsány chybně.³³⁵

³³² HORŇÁK, Pavel. *Reklama: teoreticko-historické aspekty reklamy a marketingové komunikace*. Zlín: VeRBuM, 2010. s. 270-271

³³³ Mostly true: The UK will put 3.500 troops on standby and add around 3.000 custom agents to the borders. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 4 April 2019[cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-true-the-uk-will-put-3-500-troops-on-standby-and-add-around-3-000-customs-agents-to-the-borders/>

³³⁴ LEPPÄJÄRVI, Anne, Carien TOUWEN, Elvira VAN NOORT, Wouter FRATEUR a Frederik MARAIN, VISSERS, Nadia, ed. *EUfactcheck: A pan-European project: Methodology and lessons learned*. Mechelen, Belgium: European Journalism Training Association, 2020. ISBN 978-9-46400-811-1. s. 25

³³⁵ Mostly true: The UK will put 3.500 troops on standby and add around 3.000 custom agents to the borders. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 4 April 2019[cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-true-the-uk-will-put-3-500-troops-on-standby-and-add-around-3-000-customs-agents-to-the-borders/>

The History and Impact of Brexit

Four years passed by since the Brexit referendum on June 23rd 2016. 52 percent of the British population voted for an exit out of the European Union. A lot of negotiations have happened between the EU and Great Britain over the years and on February 1st 2020 the euro exit was completed. The Brexit transition is on January 1st 2021. Even though there are still economic negotiations going on between the United Kingdom and the European Union, it seems like the UK is leaving the EU without a trade agreement. The "hard Brexit" would become reality. In that case the UK has to reassemble itself economically. It's unclear how the countries will deal with these economical losses in the future which could lead to existential fear in the British population.

The number of emigrants increases

In order to make a statement about the influences of the Brexit referendum on the UK migration, we have to take a look at the [migration statistics, published by the office for national statistics](#).

Regarding the quarterly report from August 2020, figure 1 shows a slight increase of the emigration rate since the referendum in June 2016.

Obr. 21: graficky znázorněné příklady gramatických chyb – malá začáteční písmena u měsíců, zdroj: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-true-after-brexit-referendum-brits-move-to-an-eu-country/>

Přítomnost gramatických chyb je příznačná pro lidmi psané texty, což potvrzuje ze své zkušenosti výzkumník Jakub Šimko: „*Stejně tak s gramatikou u automaticky generovaných textů – pokud je systém dobře natrénovaný, je nepravděpodobné, že by dělal chyby. Musí být ale natrénovaný na dostatku příkladů, klíčové je množství vstupních dat*“³³⁶.

Lidmi psané texty by tedy měly procházet kontrolou editora, který hlídá dodržování gramatických zásad, zatímco automatizované nástroje lze tato základní pravidla naučit. „*Gramatika může být předem definovaná a sestavená expertem nebo naučená z dat pomocí techniky umělé inteligence zvané induktivní odvozování gramatiky – algoritmu, který umožňuje naučit se obecná gramatická pravidla z trénovací sady vhodných příkladů*“³³⁷.

Větší počet chyb nasvědčuje absenci kontroly editorem. EUFactCheck ve své knize *Methodology and lessons learned* uvádí, že se zaměřují na: „*ověřování faktů o tvrzeních politiků v mainstreamových a sociálních médiích spíše než na (automatizované) vyvracení dezinformací za použití technologických nástrojů a softwaru*“³³⁸. Žádnou metodu pro usnadnění kontroly gramatiky v publikovaných textech tedy nevyužívají, ačkoliv jsou autory textů studenti, pro něž není angličtina mateřským jazykem.

³³⁶ Online rozhovor s Jakubem Šimkem (20. 1. 2022)

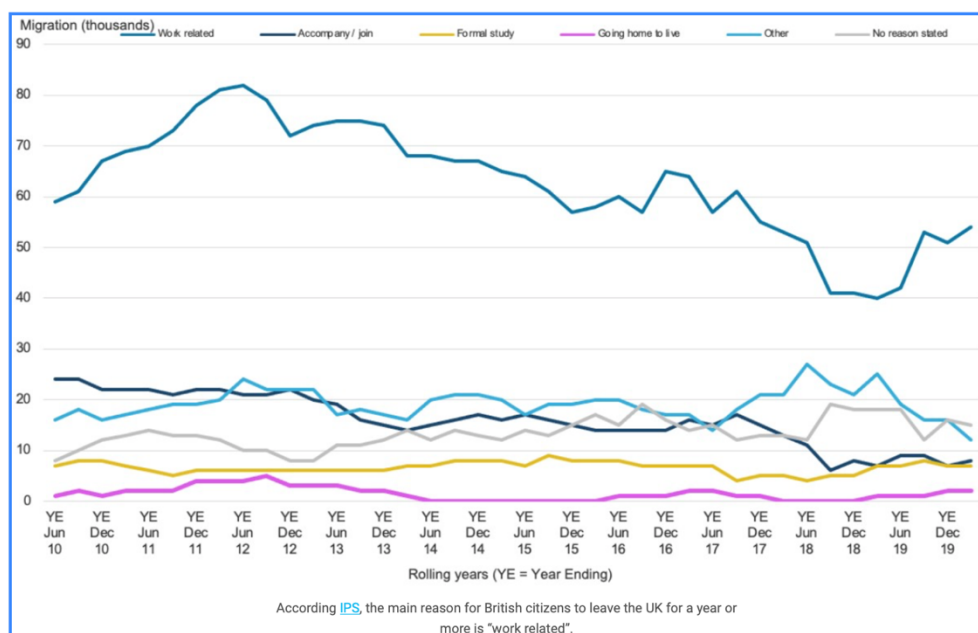
³³⁷ MORAVEC, Václav, Veronika MACKOVÁ, Jakub SIDO a Kamil EKŠTEIN. THE ROBOTIC REPORTER IN THE CZECH NEWS AGENCY: AUTOMATED JOURNALISM AND AUGMENTATION IN THE NEWSROOM. *Communication Today* [online]. 2020, 11(1), 36-44 [cit. 2021-04-20]. ISSN 1338130X.

³³⁸ LEPPÄJÄRVI, Anne, Carien TOUWEN, Elvira VAN NOORT, Wouter FRATEUR a Frederik MARAIN, VISSERS, Nadia, ed. *EUFactcheck: A pan-European project: Methodology and lessons learned*. Mechelen, Belgium: European Journalism Training Association, 2020. ISBN 978-9-46400-811-1. s. 9

Metafor a metonymií není v příspěvcích mnoho a jsou obecného charakteru, jako například „země si poradí“, nebo „čísla zahrnují“, tedy bez emocionálního zabarvení v konotační rovině.

Intertextualita se v příspěvcích vyskytuje jak skrze hypertextové odkazy, tak odkazy na vědecké studie. Zároveň text ze 30. listopadu obsahuje grafy, jimiž jsou podloženy uvedené argumenty (viz Obr. 22).³³⁹ Doplnění obrazovým obsahem ze sdělení činí komplexní komunikát.³⁴⁰

According to Dr. Rhiannon Brook, from this they "cannot say whether Brexit is the reason for an individual leaving the UK". These numbers only include people with a British citizenship.
Looking at the [WZB Study](#) (Berlin social science Center) a quantitative survey about UK citizens living in Germany, it shows "that uncertainty about the political, economic, or social state of a home country can trigger migratory behaviour" (Auer 2020 p.6) It says that the uncertainty created by the Brexit referendum had a bigger influence on migration decision making than the uncertainty that comes with migration itself.
Yet there are no specific numbers about people leaving the UK, who state "Brexit" as a reason.



Obr. 22: Vyznačení využití intertextuálních prvků ve článku EUFactCheck, Zdroj: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-true-after-brexit-referendum-brits-move-to-an-eu-country/>

Článek ze 30. listopadu cituje dvanáct zdrojů a studií, podle jejichž zjištění hodnotí tvrzení o migraci Britů do zemí EU v následku Brexitu. Jedním z cílů EUFactCheck „školit studenty žurnalistiky v nejnovějších reportérských technikách a nástrojích ověřování faktů“³⁴¹, přičemž

³³⁹ Mostly true: After Brexit referendum Brits move to an EU country. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 30 November 2021[cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-true-after-brexit-referendum-brits-move-to-an-eu-country/>

³⁴⁰ SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. *Žurnalistika a komunikace*. ISBN 978-80-247-3568-9. s. 354

³⁴¹ LEPPÄJÄRVI, Anne, Carien TOUWEN, Elvira VAN NOORT, Wouter FRATEUR a Frederik MARAIN, VISSERS, Nadia, ed. *EUfactcheck: A pan-European project: Methodology and lessons learned*. Mechelen, Belgium: European Journalism Training Association, 2020. ISBN 978-9-46400-811-1. s. 10

tyto metody popsala Ladka Mortkowitz v rozhovoru, když mluvila o využívání: „*klasických zpravodajských metod (rozhovory se zdroji, telefonáty, e-maily, vyhledávání na internetu)*“³⁴².

Postup pro shromažďování zdrojů je tedy plně v režii autora textu, bez asistence automatizovaných nástrojů: „*začnu shromažďovat důkazy (rozhovory s odborníky, vyhledávání v databázích, kontaktování organizací nebo státních orgánů atd.). Jakmile mám dostatek důkazů, napíšu příběh, který pak projde redakčním procesem*“³⁴³. Veškeré zdroje byly tedy dohledány ručně. Pro téma jsou relevantní a pomáhají objektivně posoudit pravdivost tvrzení, celkově sdělení činí pro recipienta důvěryhodnějším.³⁴⁴

Oba články obsahují také box s doporučenými souvisejícími články, jak je zmíněno v kapitole 11.2. Autorka porovnála doporučené články v této sekci u všech čtyř analyzovaných příspěvků z webu FullFactEU, a byly identické jak u článků zaměřených na tvrzení týkající se onemocnění COVID-19, tak Brexitu. Nejedná se tedy o personalizovaný výběr založený na historii prohlížených příspěvků recipienta, ale o nabídku nejaktuálnější publikovaných článků na webu.

V rovině konotace oba články tvrzení prohlašují za převážně pravdivá, což utvrzují fráze v závěrečných shrnutích „*ve Spojeném království lze pozorovat nárůst míry emigrace*“ („*we can notice an increase of the emigration rate in the UK*“³⁴⁵) a „*Marie Arena má v mnoha bodech pravdu*“ („*Marie Arena is correct on a lot of points*“³⁴⁶). Tím se na rovině ideologické sdělení vyzněním klaní na stranu proti Brexitu. Zároveň se ale většina sdělení věnuje právě rozboru aspektům, které mohou být zavádějící, nebo ne zcela přesné, a předkládají argumenty posílené intertextualitou. Tím si zachovávají objektivitu a obhajují hodnocení „z většiny pravda“.

³⁴² Online rozhovor s Ladkou Mortkowitz (19. 1. 2022)

³⁴³ Tamtéž.

³⁴⁴ GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. s. 125

³⁴⁵ Mostly true: After Brexit referendum Brits move to an EU country. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 30 November 2021[cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-true-after-brexit-referendum-brits-move-to-an-eu-country/>

³⁴⁶ Mostly true: The UK will put 3.500 troops on standby and add around 3.000 custom agents to the borders. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 4 April 2019[cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-true-the-uk-will-put-3-500-troops-on-standby-and-add-around-3-000-customs-agents-to-the-borders/>

11.6 Porovnání kontroly tvrzení na příkladech zpráv o Brexitu

Brexit byl častým předmětem kontrolovaných tvrzení a zpráv obou fact-checkingových webů. Konkrétní témata porovnávaných článků se lišila, všechny články ovšem obsahovaly pasáž poskytující čtenáři kontext vzniku kontrolovaného tvrzení a souvisejících událostí.

Stejně jako u analyzovaných článků kontrolující tvrzení ohledně onemocnění COVID-19, také v případech článků o Brexitu využíval Full Fact většího spektra zdrojů, přičemž prezentoval objektivně oba pohledy na danou záležitost. „*Nesnažíme se poskytnout konečné slovo k danému tématu. Naším cílem je zajistit, aby se nikdo nemusel spokojit ani se slepou vírou, ani se slepým cynismem. Mnohá témata, o kterých píšeme, nejsou černobílá – většina naší práce poukazuje na šedé zóny*“³⁴⁷. Tento přístup zajistí čtenáři dostatek materiálu k podrobnějšímu studiu zdrojů, aniž by se ho autoři prostřednictvím sdělení snažili přiklonit k jedné nebo druhé straně.

Full Fact na svých webových stránkách uvádí za klíčové citování věrohodných zdrojů: „*U všech faktických tvrzení uvádíme odkazy na primární zdroje. Pokud je to možné, odkazujeme na tabulky s údaji, právní dokumenty nebo jiné primární zdroje – spíše než na tiskové zprávy nebo shrnutí statistických zpráv*“³⁴⁸. Z analýzy vyplývá, že toto pravidlo skutečně dodržují.

Součástí článků EUFactCheck jsou osobní rozhovory s odborníky na danou problematiku.

Opakuje se šablonovité členění textů Full Fact, včetně specifických mezititulků. Objevuje se zde však nový prvek oprav a aktualizací článků. Opravami posiluje důvěru čtenářů ve správnost hodnocení, protože „*už víme, že když udělá botu, samo nás na ni upozorní, zajistí nápravu a omluví se. A i když jsme nějakou dobu žili v bludu, po uvedení na pravou míru sami můžeme informace přehodnotit*“³⁴⁹.

Jeden z analyzovaných článků EUFactCheck obsahoval gramatické chyby, které nebyly opraveny od publikace článku (30. listopadu 2020) do doby zpracování článku (ke dni 20.dubna 2022 stále text obsahoval gramatické chyby). Autory textů jsou studenti evropských univerzit, pro něž je angličtina nebývá mateřským jazykem, gramatické chyby jsou tudíž očekávatelné. Zodpovědnost za „*všechny předpisy a dohody týkající se formátů,*

³⁴⁷ About us: Frequently Asked Questions. *FullFact.org* [online]. [cit. 2022-04-24] Dostupné z: <https://fullfact.org/about/frequently-asked-questions/#corrections>

³⁴⁸ Tamtéž.

³⁴⁹ GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. s. 75

*stylů, autorských práv, ...*³⁵⁰ ovšem mají profesori, vedoucí nebo jiní pracovníci daných škol.³⁵¹ Přítomnost gramatických chyb tedy nasvědčuje nedostatečné editorské kontrole textu. Jelikož se EUFactCheck „*zaměřuje na vzdělávací a pedagogické aspekty, nikoli na snahu poskytovat nepřetržitou službu ověřování faktů,*“³⁵² automatizovaná gramatická korekce textu by usnadnila revizi publikovaných textů a umožnila profesorům a vedoucím projektu na školách využít čas efektivněji ve prospěch vzdělávání, místo korektur.

³⁵⁰ LEPPÄJÄRVI, Anne, Carien TOUWEN, Elvira VAN NOORT, Wouter FRATEUR a Frederik MARAIN, VISSERS, Nadia, ed. *EUfactcheck: A pan-European project: Methodology and lessons learned*. Mechelen, Belgium: European Journalism Training Association, 2020. ISBN 978-9-46400-811-1. s. 28

³⁵¹ Tamtéž.

³⁵² Tamtéž, s. 7

Závěr

Doba digitálních médií a informační obezity s sebou přinesla úrodnou půdu pro vznik a šíření dezinformací. Ty provázejí lidskou společnost již po dlouhá staletí, nikdy ovšem nebyla jejich produkce tak snadná, jejich šíření tak rychlé a jejich výsledná podoba tak sofistikovaná, jako dnes.³⁵³

Spolu s vývojem technologií dochází k přesunu informačních kanálů do prostředí internetu, což limituje možnosti jejich kontroly a třídění. Algoritmy sociálních sítí a personalizace obsahu navíc posilují funkci kognitivní zkreslení, ať už v procesu vyhledávání informací, nebo jejich přijímání a sdílení.³⁵⁴

Dopady dezinformačních kampaní jsou ovšem závažné, a to jak na rovině individuální, tak celospolečenské. Sociální bubliny totiž vedou ke krystalizaci extrémních názorů a polarizaci společnosti. Jak lze vidět u aféry Pizzagate, takto extrémní názory mohou eskalovat v ohrožení zdraví či života ostatních.

Dezinformace se v určitých tematických okruzích objevují častěji než v jiných. Právě pandemie onemocnění COVID-19 nebo tak zásadní změna v politické dynamice, jako byl Brexit, jsou témata dostatečně obsáhlá, relevantní a kontroverzní na to, aby byla cílem řady dezinformačních kampaní. Cílem těchto kampaní je změna mínění společnosti směrem přínosným pro jejich šířitele.

Boj proti dezinformacím a misinformacím se tak stal jednou z priorit na nadnárodní úrovni. „*Evropská unie i vlády jak Česka, tak Slovenska si uvědomují, že dezinformace jsou problém, stejně tak velké firmy jako Google na tyto projekty dedikovaly velké množství peněz*“³⁵⁵.

Jedním ze způsobů boje proti dezinformacím je zvyšování povědomí o této problematice. Patří sem vzdělávací programy a zlepšování mediální gramotnosti napříč generacemi. „*Můžeme vidět na příkladech států, jako jsou třeba Finsko a Švýcarsko, které mají silnou a vzdělanou občanskou společnost, že dezinformacím a propagandě se zde nedaří zdaleka tolik, jako ve státech, které tuto silnou a uvědomělou společnost postrádají*“³⁵⁶. Řada iniciativ v souvislosti s tímto posláním vzniká také v lokálně: „*I v České republice máme několik skvělých projektů a*

³⁵³ GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4.

³⁵⁴ PARISER, Eli. *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. London: Penguin books, 2012. ISBN 978-0-241-95452-2.

³⁵⁵ Online rozhovor s Jakubem Šimkem (20. 1. 2022)

³⁵⁶ GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. s. 126-127

*organizací, které se této problematice aktivně věnují a dělají to nejdůležitější – osvětu a vzdělávání společnosti*³⁵⁷.

Mimo zlepšování povědomí o existenci a charakteristikách dezinformací jsou funkčním nástrojem pro jejich aktivní odhalování fact-checkingové servery. Ty mají potenciál do svých metod zapojit a využít automatizované nástroje ke zefektivnění a zrychlení kontrol tvrzení, včetně kontrol politických debat v reálném čase, detekce manipulace s obrazovým materiálem a odhalování technologicky pokročilých deepfakes. Díky těmto aspektům se jeví jako jedna z hlavních budoucích zbraní proti dezinformacím, protože budou schopny s jejich rychlým šířením udržet krok.

Lidský faktor není ovšem opomenutelný, protože lidé stojí jak za vývojem a implementací automatizovaných nástrojů, tak za jejich ovládním a kontrolou.

Specifickým aspektem, se kterým se musí nástroje pro fact-checking vypořádat, je jazyk. V něm musí nástroj rozpoznat určité znaky, od gramatických chyb, přes vulgarity a emočně zabarvená slova, až po samotné tvrzení určené ke kontrole pravdivosti. Možnosti funkcionalit a jejich přesnosti u automatizovaných nástrojů se proto liší také v závislosti na lokálním jazyku. *„Angličtina má sice více slov, které dokáže systém rozpoznat, ale u češtiny a slovenštiny se počty slov násobí – každé podstatné jméno má několik forem a tvarů, zatím co v angličtině jen jedno, respektive dva s množným číslem. Je to tedy o něco složitější*³⁵⁸.

U takto složitých jazyků je proto lidský faktor o to nezbytnější, protože je pro systém náročné rozklíčovat celé tvrzení, a dělá tedy spíše dílčí práci: *„Znamená to, že se nesnaží rovnou určit, jestli je informace pravdivá, nebo ne, ale vypočítat postupně jednodušší charakteristiky. Takovou charakteristikou může být, jestli například věta obsahuje vulgarismy. Týká se to tedy charakteristik běžných pro dezinformační obsah, ale neřeší přímo rozhodnutí pravda/nepřavda. Takto vyhodnocená informace pak pokračuje ke člověku, který ji dále ověřit*³⁵⁹.

Jazyk je ovšem nástrojem k předávání sdělení, myšlenek a ideologií, proto byla k analýze výstupů fact-checkingových serverů použita sémiotická analýza, která *„sleduje významy textů na několika rovinách označování,*³⁶⁰ a tak *„slouží ke zkoumání obsahu mediálních sdělení*³⁶¹.

³⁵⁷ GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. s. 127

³⁵⁸ Online rozhovor s Jakubem Šimkem (20. 1. 2022)

³⁵⁹ Tamtéž.

³⁶⁰ TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. s. 117

³⁶¹ Tamtéž.

Prostřednictvím této analýzy byly sledovány společné znaky výstupů dvou fact-checkingových serverů. Z výsledků analýzy lze říci, že server Full Fact využívající automatizované nástroje publikuje výsledky ověřování tvrzení v komplexních článcích, mezi nimiž jsou v kvalitě a obsáhlosti sdělení jen minimální rozdíly. Výstupy serveru EUFactCheck se liší především množstvím a věrohodností citovaných zdrojů, emoční podbarveností použitých výrazů a ideologicky méně neutrálním vyzněním sdělení.

Základem pro ověření pravdivosti zprávy nebo tvrzení je dostatek věrohodných a ověřených zdrojů. Právě jejich hledáním stráví fact-checkeři velké množství času, ačkoliv existují nástroje, které prohledají velká množství dat během několik sekund.

„Ti fact-checkeři, kteří operují na Facebooku mají problém už jen s tak bazálními věcmi, jako je vyhledávání výskytu nějaké fráze. Facebook má totiž sice vyhledávání, které něco ukáže, ale zdaleka ne vše. Neprohledává totiž soukromé skupiny, privátní obsah, komentáře... Je tam obrovské množství obsahu, které by fact-checkeři potřebovali prohledat, aby věděli kde se co řeší, ale nejsou toho schopni“³⁶².

Nadnárodní iniciativy boje proti dezinformacím otevřely dveře mnoha projektům a grantům a zprostředkovaly potřebné finance pro vývoj sofistikovaných metod včetně prvků umělé inteligence. *„Grantové financování pro tuto oblast je poměrně dostupné, takže peněz k dispozici je dostatek, ale je potřeba se o ně umět ucházet a dokázat si je obhájit“³⁶³.*

Pokud tedy mají fact-checkingové servery úspěšně odhalovat šířené dezinformace a uvádět mediálně populární tvrzení politiků, vědců, odborníků i neodborné veřejnosti na pravou míru, musí do své palety metod zařadit i ty automatizované, s jejichž pomocí získají lepší přístup k souvisejícím informacím, zdrojům, argumentům. Technologický progres umožňuje vývoj stále pokročilejších nástrojů, které dovolí lidem zaměřit se na nedocentitelné aspekty kontroly faktů, jako jsou osobní rozhovory, aniž by museli trávit hodiny prohledáváním databází, porovnávání s podobnými tvrzeními, rozborem obrazového materiálu a dalšími činnostmi, v nichž je umělá inteligence výrazně efektivnější.

³⁶² Online rozhovor s Jakubem Šimkem (20. 1. 2022)

³⁶³ Tamtéž.

Summary

The age of digital media and information obesity has brought with it fertile ground for the creation and spread of disinformation. They have been a part of human society for many centuries, but never has their production been as easy, their distribution as rapid and their final form as sophisticated as it is today.³⁶⁴

Along with the development of technology, information channels are moving to the Internet, which limits the possibilities of controlling and sorting them. In addition, social networking algorithms and content personalisation reinforce the role of cognitive bias, both in the process of seeking information and in the process of receiving and sharing it.³⁶⁵

However, the impact of disinformation campaigns is severe, both at the individual and societal level. Social bubbles lead to the crystallisation of extreme views and the polarisation of society. As can be seen in the Pizzagate affair, such extreme views can escalate into threats to the health or life of others.

Disinformation appears more frequently in certain subject areas than in others. The COVID-19 pandemic or a major change in political dynamics such as Brexit are topics that are sufficiently broad, relevant, and controversial to be the target of many disinformation campaigns. The aim of these campaigns is to change public opinion in a direction that is beneficial to the propagators.

The fight against disinformation and misinformation has thus become a priority at transnational level. *"The European Union and the governments of both the Czech Republic and Slovakia are aware that disinformation is a problem, and large companies such as Google have dedicated large amounts of money to these projects"*³⁶⁶.

Raising awareness of the issue is one way to combat disinformation. This includes educational programmes and improving media literacy across generations. *"We can see from the examples of countries such as Finland and Switzerland, which have a strong and educated civil society, that disinformation and propaganda do not thrive nearly as much here as in countries that lack such a strong and aware society"*³⁶⁷. A number of initiatives related to this mission are also

³⁶⁴ GREGOR, Miloš and VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4.

³⁶⁵ PARISER, Eli. *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. London: Penguin books, 2012. ISBN 978-0-241-95452-2.

³⁶⁶ Online interview with Jakub Šimko (20. 1. 2022)

³⁶⁷ GREGOR, Miloš and VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. pages 126-127

being developed locally: *"In the Czech Republic we also have several excellent projects and organisations that are actively working on this issue and are doing the most important thing - raising awareness and educating society"*³⁶⁸.

In addition to raising awareness of the existence and characteristics of misinformation, fact-checking servers are a powerful tool for actively detecting it. These have the potential to incorporate and use automated tools in their methods to enhance and accelerate checks on claims, including real-time checks on political debates, detection of manipulation of visual content and detection of technologically advanced deepfakes. These aspects make them appear as one of the main future weapons against disinformation, as they will be able to keep up with its rapid spread.

However, the human factor is not to be omitted, as humans are behind the development and implementation of automated tools as well as their operation and control.

A specific aspect that fact-checking tools have to deal with is language. In it, the tool has to recognize certain features, from grammatical errors to vulgarities and emotionally toned words, to the actual statement intended to be checked for truth. The functionality and accuracy of automated tools therefore also varies depending on the local language. *"While English has more words that the system can recognise, in Czech and Slovak the number of words is multiplied - each noun has several forms and shapes, whereas in English there is only one or two plural nouns. So it is a bit more complicated"*³⁶⁹.

In such complex languages, the human factor is therefore all the more necessary because it is difficult for the system to decipher the whole statement, and so it does a rather partial job: *"It means that it does not try to determine straight away whether the information is true or not, but to calculate successively simpler characteristics. Such a characteristic might be whether a sentence contains vulgarities, for example. So it deals with characteristics common to misinformation content, but does not directly address the truth/false decision. The information so evaluated then goes on to the person who verifies it further"*³⁷⁰.

Language is indeed a tool for conveying messages, ideas and ideologies, which is why semiotic analysis was used to analyse the output of fact-checking servers, which *"traces the meanings*

³⁶⁸ GREGOR, Miloš and VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264- 805-4. page 127

³⁶⁹ Online interview with Jakub Šimko (20. 1. 2022)

³⁷⁰ Online interview with Jakub Šimko (20. 1. 2022)

of texts at several levels of labelling"³⁷¹ and thus "serves to examine the content of media messages"³⁷². Through this analysis, common features of the outputs of the two fact-checking servers were observed. From the results of the analysis, it can be said that the Full Fact server, using automated tools, publishes the results of verifying claims in complex articles, between which there are only minimal differences in the quality and comprehensiveness of the messages. The EUFactCheck server's outputs differ mainly in the quantity and credibility of the sources cited, the emotional undertones of the terms used and the less ideologically neutral message.

The basis for verifying the veracity of a report or claim is a sufficient number of credible and verified sources. These are the ones that fact-checkers spend a great deal of time searching for, although there are tools that can search large amounts of data in seconds.

*"Those fact-checkers who operate on Facebook have a problem with just things as basic as searching for the occurrence of a phrase. Facebook does have a search that turns up something, but it's far from everything. It doesn't search private groups, private content, comments... There's a huge amount of content that fact-checkers would need to search to know what's going on, but they aren't able to"*³⁷³.

Trans-national initiatives to tackle disinformation have opened the door to many projects and grants and provided the necessary funding to develop sophisticated methods, including elements of artificial intelligence. *"Grant funding for this area is quite accessible, so there is plenty of money available, but you need to know how to apply for it and be able to defend it"*³⁷⁴.

Therefore, if fact-checking servers are to successfully expose the disinformation being circulated and to debunk popular media claims made by politicians, scientists, experts and non-experts, they must include automated methods in their palette to gain better access to related information, sources and arguments. Technological advances are enabling the development of increasingly advanced tools that allow people to focus on priceless aspects of fact-checking, such as personal interviews, without having to spend hours searching databases, comparing with similar claims, analysing images and other activities in which AI is significantly more effective.

³⁷¹ TRAMPOTA, Tomáš and VOJTĚCHOVSKÁ Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. page 117

³⁷² TRAMPOTA, Tomáš and VOJTĚCHOVSKÁ Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4. page 117

³⁷³ Online interview with Jakub Šimko (20. 1. 2022)

³⁷⁴ Online interview with Jakub Šimko (20. 1. 2022)

Seznam použitých zdrojů

Elektronické zdroje

About us: Automated Fact Checking. *FullFact.org* [online]. [cit. 2022-02-01] Dostupné z: <https://fullfact.org/about/automated/>

About us. *Eufactcheck* [online]. [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/about-us/>

AFP Factcheck – They Trus Us. *AFP* [online]. [cit. 2022-02-11] Dostupné z: <https://fullfact.org/about/automated/https://view.afp.com/afp-fact-check-en/p/1>

BABAKAR, Mevan. "Google Supports Full Fact To Build Automated Factchecking Tools". *FullFact.org* [online], 2016. [cit. 2022-02-01] Dostupné z: <https://fullfact.org/blog/2016/nov/automated-factchecking-dni/>.

"Čeští Elfové – Kdo Jsme". *Čeští elfové* [online]. [cit. 2022-02-22] Dostupné z: <https://cesti-elfove.cz/uvodni-strana/>

"Countries Where Coronavirus Has Spread - Worldometer". *Worldometers.info* [online]. [cit. 2022-03-10] Dostupné z: <https://www.worldometers.info/coronavirus/countries-where-coronavirus-has-spread/>

"Demagog.cz Bude Fact-Checkovat Obsah Na Facebooku – Demagog.cz". *Demagog.cz* [online]. [cit. 2022-02-21] Dostupné z: <https://demagog.cz/diskuze/demagog-cz-bude>

"Editorial Review: Author Q&A With Eli Pariser". *Amazon.Com* [online]. [cit. 2022-02-11] Dostupné z: <https://www.amazon.com/Filter-Bubble-Personalized-Changing-Think-ebook/dp/B004IYJE6A>.

"FAQ: Mýty & Fakta O Elfech". *Čeští elfové* [online]. [cit. 2022-02-21] Dostupné z: <https://cesti-elfove.cz/faq-myty-fakta-o-elfech/>.

"O Nás — Demagog.cz". *Demagog.cz* [online]. [cit. 2022-02-21] Dostupné z: <https://demagog.cz/stranka/o-nas>.

"Officials Outline United Nations Fight Against Disinformation On Multiple Fronts As Fourth Committee Takes Up Questions Related To Information | Meetings Coverage And Press Releases". *United Nations* [online], 2021 [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: <https://www.un.org/press/en/2021/gaspd734.doc.htm>.

"Operace Neptun - Nejúspěšnější Dezinformační Akce Komunistické Tajné Služby". *ČT24 – Česká televize* [online], 2013 [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/archiv/1086380-operace-neptun-nejuspesnejsi-dezinformacni-akce-komunisticke-tajne-služby>.

"Solving “Fake News” Starts With Avoiding The Term". *UNESCO* [online], 2017 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://en.unesco.org/news/solving-fake-news-starts-avoiding-term>.

"Šumavská Galerie : Výstava Operace Neptun". *Šumava.cz* [online]. [cit. 2022-02-25]. Dostupné z: http://www.sumava.cz/galerie_sekce/3384-vstava-operace-neptun/.

"WHO Director-General's Opening Remarks At The Media Briefing On COVID-19 - 11 March 2020". *Who.int* [online], 11. 3. 2020. [cit. 2022-03-12] Dostupné z: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>

„Dezinformace kolem koronaviru zabily nejméně 800 lidí. Lidé se chtěli chránit požitím chemikálií“. *iROZHLAS* [online], 13. 8. 2020 [cit. 2022-03-10]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/koronavirus-dezinformace-fake-news_2008130646_zit

„Lidé protestovali v centru Prahy proti koronavirovým opatřením. Neměli roušky, nedodržovali rozestupy“. *iROZHLAS* [online], 6. 12. 2020 [cit. 2022-03-02]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/koronavirus-cesko-v-cesku-cr-demonstrace-praha-opatreni_2012061509_ako

A new Brexit bill doesn't allow the EU to unilaterally extend the Brexit date. *Full Fact.org* [online]. 3 September 2019 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://fullfact.org/europe/EU-cannot-unilaterally-extend-brexit-date/>

About us: Frequently Asked Questions. *FullFact.org* [online]. [cit. 2022-04-21] Dostupné z: <https://fullfact.org/about/frequently-asked-questions/#corrections>

AUTHOR ARCHIVES: FACULTY OF SOCIAL SCIENCES, UNIVERSITY OF LJUBLJANA, SI. *EUFactCheck.eu* [online]. [cit. 2022-04-13]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/author/faculty-of-social-sciences-university-of-ljubljana/>

- BENNET, W. Lance, a LIVINGSTON, Steven. "The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions." [online] *European Journal of Communication*, vol. 33, no. 2, 2018. [cit. 2022-02-03]. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323118760317>, s. 125
- BLAKE, Aaron. "Michael Flynn's Tweet Wasn't Actually about #PizzaGate, but His Son Is Now Defending the Baseless Conspiracy Theory". *The Washington Post* [online]. 5. 12. 2016 [cit. 2022-01-08]. Dostupné z: <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/12/05/did-michael-flynn-really-tweet-something-about-pizzagate-not-exactly/>
- BURCHARD, Hans von der. „Belgian socialist party circulates ‘deep fake’ Donald Trump video“ – POLITICO. *POLITICO – European Politics, Policy, Government News* [online]. 21. 5. 2018 [cit. 2022-03-19]. Dostupné z: <https://www.politico.eu/article/spa-donald-trump-belgium-paris-climate-agreement-belgian-socialist-party-circulates-deep-fake-trump-video/>
- BURÝŠEK, Jiří. Co je to dezinformace? *Bez Faulu* [online]. 2019 [cit. 2022-01-27]. Dostupné z: <https://bezfaulu.net/clanky/o-manipulaci/co-je-to-dezinformace/>
- CHANDLER, Daniel. D.I.Y. Semiotic Analysis: Advice to My Own Students. *Semiotics for Beginners* [online]. [cit. 2022-04-12]. Dostupné z: <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/sem12.html>
- CHORAŚ, Michał, DEMESTICHAS Konstantinos, GIEŁCZYK Agata, et al. Advanced Machine Learning techniques for fake news (online disinformation) detection: A systematic mapping study. *Applied Soft Computing Journal* [online]. 2020, 101, 107050 [cit. 2022-03-18]. ISSN 1568-4946. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2020.107050>
- Co je brexit? *Úřad vlády ČR* [online]. [cit. 2022-03-01] Dostupné z: https://www.brexitinfo.cz/cs_cz/vystoupeni-velke-britanie-z-eu/
- Correspondence: Prime Minister's letter to Donald Tusk triggering Article 50. *Gov.uk* [online]. 2017 [cit. 2022-04-21]. Dostupné z: <https://www.gov.uk/government/publications/prime-ministers-letter-to-donald-tusk-triggering-article-50>
- Definice dezinformací a propagandy. *Ministerstvo vnitra České republiky* [online], 2020 [cit. 2022-01-17]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/clanek/definice-dezinformaci-a-propagandy.aspx>
- Dezinformační weby. *Webarchiv* [online]. [cit. 2022-02-03]. Dostupné z: <https://www.webarchiv.cz/cs/tematicke-kolekce/dezinformacni-weby?page=2>
- DICKSON, Ben. When AI Blurs the Line Between Reality and Fiction | PCMag [online]. *The Latest Technology Product Reviews, News, Tips, and Deals | PCMag*. 7. 6. 2018 [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.pcmag.com/news/when-ai-blurs-the-line-between-reality-and-fiction>
- Did the French PM really ask for the EU to „punish“ the UK over Brexit? *Full Fact.org* [online]. 3 November 2021 [cit. 2022-04-21]. Dostupné z: <https://fullfact.org/europe/french-pm-eu-president-punishment-letter/>
- Fact check: Inventor of method used to test for COVID-19 didn't say it can't be used in virus detection | Reuters [online]. *Breaking International News & Views | Reuters*. [cit. 2022-03-29]. Dostupné z: <https://www.reuters.com/article/uk-factcheck-pcr-idUSKBN24420X>
- FactCheck: Did the creator of PCR tests say they don't work for Covid-19?. *TheJournal.ie - Read, Share and Shape the News* [online]. 26 November 2020 [cit. 2022-03-30]. Dostupné z: <https://www.thejournal.ie/kary-mullis-pcr-testing-factcheck-debunk-hse-5271830-Nov2020/>
- FLOOD, Alison. "Fake News Is 'Very Real' Word Of The Year For 2017". *The Guardian* [online], 2017. [cit. 2022-01-15]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/books/2017/nov/02/fake-news-is-very-real-word-of-the-year-for-2017>.
- FREDRICKSON, Barbara L. a Daniel KAHNEMAN. Duration neglect in retrospective evaluations of affective episodes. *Journal of Personality and Social Psychology* [online]. 1993, 65(1), 45-55 [cit. 2022-03-15]. ISSN 0022-3514. Dostupné z: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.65.1.45>
- GELFERT, Axel. „Fake News: A Definition“. [online] *Informal Logic* 38(1), 2018, strana 108. [cit. 2022-01-20]. Dostupné z: <https://www.erudit.org/en/journals/informallogic/1900-v1-n1-informallogic04379/1057034ar.pdf>
- GOLDMAN, Adam. "The Comet Ping Pong Gunman Answers Our Reporter's Questions," [online]. *The New York Times*. 7. 12. 2016. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2016/12/07/us/edgar-welch-comet-pizza-fake-news.html>

- GRAVES, Lucas a Federika CHERUBINI. The Rise of Fact-Checking Sites in Europe. *Reuters Institute for the Study of Journalism with the support of Google Digital News Initiative* [online]. 2016, [cit. 2022-03-07]. Dostupné z: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/The%2520Rise%2520of%2520Fact-Checking%2520Sites%2520in%2520Europe.pdf>
- HOOGERHEIDE, Vincent, Marleen VINK, Bridgid FINN, An K. RAES a Fred PAAS. How to bring the news ... peak-end effects in children's affective responses to peer assessments of their social behavior. *Cognition and Emotion* [online]. 2018, **32**(5), 1114-1121 [cit. 2022-03-17]. ISSN 0269-9931. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02699931.2017.1362375>
- HRONOVÁ, Zuzana. Řetězové maily posílá pětina seniorů. Je v našem zájmu odnaučit je to, míní lektori. *Aktuálně.cz* [online]. 2019 [cit. 2022-02-20]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/seniori-retezove-emaily-trollove-elpida/r~4bc1f5faef4a11e99d020cc47ab5f122/>
- KANG, Cecilia. "Fake News Onslaught Targets Pizzeria as Nest of Child-Trafficking," [online]. *The New York Times*. 21. 11. 2016. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2016/11/21/technology/fact-check-this-pizzeria-is-not-a-child-trafficking-site.html>
- Kary B. Mullis – Facts [online]. *NobelPrize.org: The official website of the Nobel Prize - NobelPrize.org* [online]. cit. 2022-03-30]. Dostupné z: <https://www.nobelprize.org/prizes/chemistry/1993/mullis/facts/>
- KOPECKÝ, Kamil. Co je hoax. *E-Bezpečí* [online], 18. 5. 2008 [cit. 2022-01-28]. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php/temata/hoax-spam/91-25>
- Koronavirus: Přehled hlavních dezinformačních trendů a sdělení [online]. *Ministerstvo vnitra ČR*. [cit. 2022-03-03] Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/clanek/koronavirus-prehled-hlavnich-dezinformacnich-trendu-a-sdeleni.aspx> „Šíření dezinformací o COVID-19 vs šíření COVID-19“ [online]. *Čeští elfové*. [cit. 2022-03-11] Dostupné z: <https://cesti-elfove.cz/sireni-dezinformaci-o-covid-19-vs-sireni-covid-19/>
- KRÁTKÁ ŠPALKOVÁ, Veronika. Výroční zpráva o stavu české dezinformační scény za rok 2019. *Evropské hodnoty* [online]. 2021 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: https://europeanvalues.cz/wp-content/uploads/2021/11/Vyrocní_zprava_o_stavu_ceske_dezinformacni_sceny_pro_rok_2019.pdf
- KWOK, Andrei O. J. a Sharon G. M. KOH. Deepfake: a social construction of technology perspective. *Current Issues in Tourism* [online]. 2021, **24**(13), 1798-1802 [cit. 2022-03]. ISSN 1368-3500. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1738357>
- LAZER, David a kol. „Combating Fake News – Agenda for Research“. *Shorenstein Center* [online], 2017 [cit. 2022-02-01]. Dostupné z: <https://shorensteincenter.org/combating-fake-news-agenda-for-research/>
- LEWIS, Rebecca a MARWICK, Alice. "Media Manipulation And Disinformation Online". *Datasociety.Net* [online], 2017. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: https://datasociety.net/wp-content/uploads/2017/05/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline-1.pdf
- LIPTON, Eric. "Man Motivated by 'Pizzagate' Conspiracy Theory Arrested in Washington Gunfire," [online]. *The New York Times*. 5. 12. 2016. [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2016/12/05/us/pizzagate-comet-ping-pong-edgar-maddison-welch.html>
- LIS, Jonathan. "Was There Russian Meddling In The Brexit Referendum? The Tories Just Didn't Care | Jonathan Lis" [online]. *The Guardian*, 2020. [cit. 2022-03-05]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/jul/21/russian-meddling-brexit-referendum-tories-russia-report-government>
- Mediapooli* [online]. [cit. 2022-02-10]. Dostupné z: <https://www.mediapooli.fi/en/>
- MILLER, Michael E. "Protestors Outside White House Demand 'Pizzagate' Investigation," [online]. *The Washington Post*. 25. 3. 2017. [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: <https://www.washingtonpost.com/news/local/wp/2017/03/25/protesters-outside-white-house-demand-pizzagate-investigation/>
- MORAVEC, Václav, Veronika MACKOVÁ, Jakub SIDO a Kamil EKŠTEIN. THE ROBOTIC REPORTER IN THE CZECH NEWS AGENCY: AUTOMATED JOURNALISM AND AUGMENTATION IN THE NEWSROOM. *Communication Today* [online]. 2020, **11**(1), 36-44 [cit. 20212-04-20]. ISSN 1338130X.
- Mostly false: "PCR tests do not tell if someone is infected or contagious". *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 11 January 2021 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-false-pcr-tests-do-not-tell-if-someone-is-infected-or-contagious/>

Mostly true: After Brexit referendum Brits move to an EU country. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 30 November 2021 [cit. 2022-04-18]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-true-after-brexit-referendum-brits-move-to-an-eu-country/>

Mostly true: The UK will put 3.500 troops on standby and add around 3.000 custom agents to the borders. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 4 April 2019 [cit. 2022-04-20]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/mostly-true-the-uk-will-put-3-500-troops-on-standby-and-add-around-3-000-customs-agents-to-the-borders/>

No evidence Pfizer Covid-19 vaccine affects women's fertility. *FullFact.org* [online]. 8 December 2020 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://fullfact.org/health/vaccine-covid-fertility/>

No evidence Pfizer Covid-19 vaccine affects women's fertility. *FullFact.org* [online]. 8 December 2020 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: <https://fullfact.org/health/vaccine-covid-fertility/>

Nová světová válka. *Aktuálně.cz* [online]. [cit. 2022-01-29]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/valka-dezinformace-fake-news/r~7bfb35b23bb311e7886d002590604f2e/?redirected=1525547561>

Onemocnění COVID-19, nový koronavirus SARS-CoV-2 - je nepravděpodobné, že se virus přenáší potravinami. *Státní zdravotní ústav* [online]. [cit. 2022-03-10] Dostupné z: <http://www.szu.cz/tema/bezpecnost-potravin/onemocneni-covid-19-novy-koronavirus-sars-cov-2-je>

Ověřování faktů: jak to funguje. *AFP – Na pravou míru* [online]. [cit. 2022-03-10]. Dostupné z: <https://napravoumiru.afp.com/overovani-faktu-jak-funguje>

PCR tests are not 'a fraud' - Full Fact. *FullFact.org* [online], 13 August 2021 [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: <https://fullfact.org/health/Kary-B-Mullis-quote/>

PIGULA, Topi. "Operace Neptun – Jak Vypadaly Fake News Ze Dna Jezera V Podání Stb". *iPrima – Zoom Magazin* [online], 2019 [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://zoommagazin.iprima.cz/historie/operace-neptun-jak-vypadaly-fake-news-ze-dna-jezera-v-podani-stb>

POLÁČEK, Dan, a GAZDÍK, Jan. "Obrazem: Šumavská Operace Neptun. Nalezení Nacistického "Pokladu" V Režii Stb | Aktuálně.cz". *Aktuálně.cz* [online], 2021 [cit. 2022-02-26]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/domaci/obrazem-sumavska-operace-neptun-a-nalezeni-pokladu-v-rezii-s/r~20dceb9a54d611ebb1110cc47ab5f122/>

RAJSIC, Jason a kol. "Confirmation bias in visual search." [online]. *Journal of experimental psychology. Human perception and performance* vol. 41(5), 2015. . [cit. 2022-02-06]. Dostupné z: <https://content.apa.org/record/2015-27295-001>

Řetězové emaily. *Čeští elfové.cz* [online]. 2020 [cit. 2022-03-02]. Dostupné z: <https://cesti-elfove.cz/retezove-mail/>

SCHWARTZ, Oscar. „You thought fake news was bad? Deep fakes are where truth goes to die“. *The Guardian | Technology* [online]. 12. 11. 2018 [cit. 2022-03-19]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/technology/2018/nov/12/deep-fakes-fake-news-truth>

SEPPALA, Timothy J. „Full Fact wants to automate fact checking to fight fake news“. *Engadget.com* [online], 2018 [cit. 2022-02-11] Dostupné z: https://www.engadget.com/2016-11-17-full-fact-wants-to-automate-fact-checking-those-are-the-facts.html?utm_content=buffer6f05d&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer

SEQUENSOVÁ, Linda. "Projekt Central European Digital Media Observatory (CEDMO) Bude Sídlit V Praze | Fakulta Sociálních Věd UK" [online]. *Fsv.Cuni.cz*, 2021. [cit. 2022-02-11] Dostupné z: <https://fsv.cuni.cz/aktuality/projekt-central-european-digital-media-observatory-cedmo-bude-sidlit-v-praze>

SOLSMAN, Joan E. Deepfakes may ruin the world. And they can come for you, too - CNET [online]. *Product reviews, how-tos, deals and the latest tech news - CNET*. 4. 4. 2019 [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <https://www.cnet.com/tech/computing/deepfakes-may-try-to-ruin-the-world-but-they-can-come-for-you-too/>

SPURNÝ, Martin. Výzkum veřejného mínění k problematice dezinformací. *Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám* [online]. Ministerstvo vnitra, 2019 [cit. 2022-01-13]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/cthh/clanek/vyzkum-verejneho-mineni-k-problematice-dezinformaci.aspx>

TABER, Charles S., a LODGE, Milton. "Motivated Skepticism in the Evaluation of Political Beliefs." [online]. *American Journal of Political Science* 50, no. 3, 2006. [cit. 2022-02-05]. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/3694247>. s. 755

The inventor of PCR never said it wasn't designed to detect infectious diseases - Full Fact. *Full Fact.org* [online]. 23 October 2020 [cit. 2022-03-20]. Dostupné z: <https://fullfact.org/online/pcr-test-mullis/>

THURMAN, Neil, Konstantin DÖRR a Jessica KUNERT. When Reporters Get Hands-on with Robo-Writing. *Digital Journalism* [online]. 2017, 5(10), 1240-1259 [cit. 2022-04-21]. ISSN 2167-0811. Dostupné z: <https://www.tandfonline-com.ezproxy.is.cuni.cz/doi/full/10.1080/21670811.2017.1289819?scroll=top&needAccess=true>

Trump Refuses CNN Question: 'You Are Fake News!'. In: *YouTube* [online]. CNN, 2017 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=SOowX1CKf-M>

ULRYCHOVÁ, Tereza. Mezinárodní den seniorů: Každý pátý sdílí řetězové emaily, 40 procent neověřuje informace. *Seznam zprávy* [online]. 2019 [cit. 2022-03-02]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/mezinarodni-den-senioru-kazdy-paty-sdili-retezove-maily-40-procent-neoveruje-informace-79844>

Uncheckable: Coronavirus can lead to infertility. *EUFactCheck.eu - Powered by ETJA* [online]. 28 November 2021 [cit. 2022-04-15]. Dostupné z: <https://eufactcheck.eu/factcheck/uncheckable-coronavirus-can-lead-to-infertility/>

VACCARI, Cristian a Andrew CHADWICK. Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News. *Social Media Society* [online]. 2020, 6(1) [cit. 2022-03-17]. ISSN 2056-3051. Dostupné z: [doi:10.1177/2056305120903408](https://doi.org/10.1177/2056305120903408)

Vilmer, Jean-Baptiste Jeangène. "The "#Macron Leaks" Operation: A Post-Mortem". *Atlantic Council* [online], 2019 [cit. 2022-02-05] Dostupné z: <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/the-macron-leaks-operation-a-post-mortem/>.

WARDLE, Clair a DERAKSHAN, Hossein. INFORMATION DISORDER: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe* [online]. 2017 [cit. 2022-01-15] Dostupné z: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>. s. 20-21

WESTERLUND, M. The Emergence of Deepfake Technology: A Review. *Technology Innovation Management Review* [online]. 2019, 9(11): 40-53. [cit. 2022-03-18]. Dostupné z: <http://doi.org/10.22215/timreview/1282>

WHO vyhlásila globální stav zdravotní nouze, ČR rozšiřuje opatření na všechna česká letiště a zavádí infolinku. *Státní zdravotní ústav* [online], 31. 1. 2020. [cit. 2022-03-10] Dostupné z: <http://www.szu.cz/tema/prevence/who-vyhlasila-globalni-stav-zdravotni-nouze-cr-rozsiruje>

ZIMKOVÁ, Ludmila. Vyjadřování propozice v novinových titulcích. *Otázky slovanské syntaxe. IV/2, Sborník symposia Aktualizační (pragmatické) složky výpovědi v slovanských jazycích, Brno 6.-9. září 1976* [online]. 2013 [cit. 2022-04-10]. Dostupné z: https://digilib.phil.muni.cz/bitstream/handle/11222.digilib/121649/SpisyFF_227-1980-1_39.pdf

Žurnalistika ověřování faktů (popř. fact-checkingová žurnalistika). *COVID-19 infodemie: AI komunikační platforma potlačující infodemii ve vazbě na novinářskou a mediální etiku* [online]. [cit. 2022-03-12]. Dostupné z: <https://www.infomore.cz/cs/slovník/zurnalistika-overovani-faktu/>

Tištěné zdroje

- BARCLAY, Donald A. *Fake News, Propaganda and Plain Old Lies: How to Find Trustworthy Information in the Digital Age*. Lanham: Rowman & Littlefield, 2018. ISBN 978-1-5381-0889-5.
- BARTHES, Roland. *Mytologie*. Třetí vydání v českém jazyce. Praha: Dokořán, 2018. Bod (Dokořán). ISBN 978-80-7363-888-7.
- BISSINGER, Caleb. *Brexit*. New York: Greenhaven Publishing, 2018. ISBN 1-5345-0142-8.
- BURTON, Graeme a Jan JIRÁK. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-859-4767-6.
- ČERNÝ, Jiří a Jan HOLEŠ. *Sémiotika*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-832-5.
- CHANDLER, Daniel. *Semiotics: The Basics*. Third edition. London, 2017. ISBN 978-113-8232-938.
- DANNHOFFEROVÁ, Jana. *Velká kniha barev: kompletní průvodce pro grafiky, fotografy a designéry*. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3785-7.
- DOUBRAVOVÁ, Jarmila. *Sémiotika v teorii a praxi*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-493-9.
- FISKE, John. *Introduction to communication studies*. 2nd ed. New York: Routledge, 1990. ISBN 0-415-04672-6.
- GARTH, S. Jowett a O'DONNELL, Victoria J. *Propaganda & Persuasion*. Los Angeles: 5 ed., SAGE Publications, 2011. ISBN: 978-1412977821.
- GREGOR, Miloš a VEJVODOVÁ, Petra. *Nejlepší kniha o fake news!!!*. Brno: CPress, 2018. ISBN 978-80-264-805-4.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 978-80-7367-485-4.
- HORNÁK, Pavel. *Reklama: teoreticko-historické aspekty reklamy a marketingové komunikace*. Zlín: VerBuM, 2010.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Masová média*. 2., přepracované vydání. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0743-6.
- KAHNEMAN, Daniel. *Myšlení, rychlé a pomalé*. Brno: Jan Melvil, 2012. Pod povrchem. ISBN 978-80-87270-42-4.
- KROUPOVÁ, Libuše. Předložky kontra a versus. *Naše řeč*. 1968, 51 (5), s. 301-303
- LEEDS-HURWITZ, Wendy. *Semiotics and communication : signs, codes, cultures*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1993. ISBN 0-8058-1139-7.
- LEPPÄJÄRVI, Anne, Carien TOUWEN, Elvira VAN NOORT, Wouter FRATEUR a Frederik MARAIN, VISSERS, Nadia, ed. *EUfactcheck: A pan-European project: Methodology and lessons learned*. Mechelen, Belgium: European Journalism Training Association, 2020. ISBN 978-9-46400-811-1.
- MARKOŠ, Ján. *Sila rozumu v bláznivej dobe*. N-Press, 2019. ISBN 978809992501597.
- MASTNÝ, Jan. *Reklama ve světě médií*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2011. ISBN 978-80-87411-00-1.
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál (vydavatelství), 1999. ISBN 80-7178-200-9.
- MORAVEC, Václav. *Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR*. Praha: Academia, 2016. ISBN 978-80-200-2572-2.
- PARISER, Eli. *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. London: Penguin books, 2012. ISBN 978-0-241-95452-2.
- REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-717-8926-7.
- SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9.
- SHATURY, Amr Ahmed. Titulky psané v publicistice (srovnávací studie). *Naše řeč*. 1999, 82 (2), s. 79–86

SUNSTEIN, Cass R. *Republic.com 2.0*. Princeton University Press, 2009. ISBN 9780691143286.

TRAMPOTA, Tomáš a VOJTĚCHOVSKÁ Martina. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7367-683-4.

VALŮCH, Jaroslav, Michaela ĎURKOVÁ, Kateřina ŠAFÁŘOVÁ a Karel STRACHOTA. *Dezinformační dezinfekce: výukové materiály ke (koronavirovým) dezinformacím : metodická příručka*. Praha: Člověk v tísni, 2020. ISBN 978-80-7591-045-5.

Teze bakalářské práce

SCHVÁLENO

5.8.2021
MT

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK													
Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce													
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:													
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Daniela Seigová	Razítko podatelny: <table border="1"><tr><td colspan="3">Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd</td></tr><tr><td>Došlo dne:</td><td>27-07-2021</td><td>-1-</td></tr><tr><td>Čj:</td><td>153</td><td>Příloh:</td></tr><tr><td>Přiděleno:</td><td></td><td></td></tr></table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd			Došlo dne:	27-07-2021	-1-	Čj:	153	Příloh:	Přiděleno:		
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd													
Došlo dne:		27-07-2021	-1-										
Čj:		153	Příloh:										
Přiděleno:													
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2019													
E-mail diplomantky/diplomanta: daniela.seigova@gmail.com													
Studijní obor/forma studia: Komunikační studia, žurnalistika, prezenční													
Předpokládaný název práce v češtině: Využití automatizovaných metod na fact-checkingových serverech													
Předpokládaný název práce v angličtině: The use of automated methods on fact-checking sites													
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013): (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve po dvou semestrech</u> od schválení tezí) LS 2021/2022													
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): Bakalářská práce má za cíl prozkoumat efektivitu metod, které jsou využívány ke kontrole faktů na fact-checkingových webech. Ty se zabývají kontrolou pravdivosti výroků, zpráv a článků na internetu. V první části práce rozeberu samotnou podstatu dezinformací – kde se berou, jak se šíří, jaká je jejich podoba. Účelem je ukázat, jak může být automatizovaná žurnalistika využívána k boji proti dezinformacím, jak například může strojové učení usnadnit fact checking, a proč se tak stále děje jen v omezené míře – jaké to má komplikace. Dále budou popsány weby, které proti dezinformacím bojují, a to jak v České republice, tak ve světě. Zaměřím se na jejich společné charakteristiky, rozdíly, způsob zpracovávání výsledků, a spektrum témat, kterým se věnují. Po teoretické části, včetně stručného popisu vývoje problematiky a současných dostupných metod, přijde na řadu praktická část. Konkrétně budou porovnávány jednotlivé články, které byly fact-checkingovými servery analyzovány. Bude se jednat o dva servery, jeden využívající čistě lidských zdrojů k ověřování – ruční vyhledávání faktů, ověřování zdrojů, kontrola pravdivosti výroků atp. Jako příklad takového webu jsem zvolila EUfactcheck. Druhý zvolený web, Logically, již pracuje se zakomponovanými automatizovanými metodami, potřeba lidské práce je tedy minimální. Porovnávány budou články na témata, která byla často využívána k šíření dezinformací. Zkoumáno bude hodnocení článků jednotlivými servery, rozdíly, množství analyzovaných článků, shoda ve výsledném hodnocení atp.													
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): ÚVOD -motivace k výběru tématu, objasnění pojmů, nastínění rozložení obsahu v práci 1. Teoretická část 1.1. <i>Co jsou to dezinformace a jejich typy</i> (manipulace s fotografií, s grafy, s fakty...) 1.1.1. Jak fungují (sociální bubliny, konfirmační zkreslení...) 1.1.2. Jak vznikají, odkud se berou 1.1.3. Vývoj dezinformací, deep fake 1.2. <i>Co je automatizovaná žurnalistika</i> 1.2.1. Funkce machine learning v automatizované žurnalistice 1.2.2. Praktické využití v současnosti													

1.3. *Fact-checking*

1.3.1. Historie

1.3.2. Fact-checking v ČR

1.3.3. Představení vybraných fact-checking webů

1.3.3.1. EUfactcheck

1.3.3.2. Logically

2. Metodologie

2.1. Metoda zkoumání

2.2. Výběr analyzovaných vzorků

3. Praktická část

3.1. Ukázky zpracování dezinformačních článků v podání automatizovaného a neautomatizovaného fact-checkingu

3.1.1. Pandemie Covid-19, vakcinace proti Covid-19

3.1.2. Brexit

3.1.3. Ekologie

4. Rozhovory s osobnostmi s vlastními zkušenostmi

ZÁVĚR

-shrnutí dosažených závěrů práce, možnosti dalšího zkoumání, analýza výsledků srovnání v kontextu výpovědí odborníků

Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):

V praktické části se zaměřím na srovnání efektivity fact-checkingu zpráv na vybraná témata jednak z webu, který využívá čistě lidské zdroje k ověřování informací, tak z webu, který do svých metod již zapojil machine learning.

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Analýza diskurzu automatizované žurnalistiky a jejích aspektů při detekci dezinformací a boji s nimi ve srovnání s klasickými metodami.

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

GRAVES, Lucas a Federika CHERUBINI. The Rise of Fact-Checking Sites in Europe. *Reuters Institute for the Study of Journalism with the support of Google Digital News Initiative* [online]. 2016, [cit. 2021-06-07]. Dostupné z: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/The%2520Rise%2520of%2520Fact-Checking%2520Sites%2520in%2520Europe.pdf>

- V této studii je rozebírán nárůst počtu fact-checkingových webových stránek napříč Evropou. Autoři se zabývají rozdílností webů, které jsou přímo asociovány s určitým zpravodajským serverem, a těmi, co stojí zcela samostatně. Rovněž se zamýšlejí nad možnými pozitivními dopady kontroly správnosti výroků politiků. Analyzovány jsou metody, cíle, dopad. Součástí je i konkrétní case study.

CHORAŚ, Michał, Konstantinos DEMESTICHAS, Agata GIELCZYK, Álvaro HERRERO, Paweł KSIENIEWICZ, Konstantina REMOUNDOU, Daniel URDA a Michał WOŹNIAK. Advanced Machine Learning techniques for fake news (online disinformation) detection: A systematic mapping study. *Applied Soft Computing Journal* [online]. 2020 [cit. 2021-01-02]. ISSN 15684946. Dostupné z: doi:10.1016/j.asoc.2020.107050

- Tento článek je poněkud techničtěji zaměřen, ovšem psán tak, aby byl srozumitelný i veřejnosti s nijak zvláště hlubokými IT znalostmi. Popisuje několik metod strojového učení, které je možné využívat při rozpoznávání fake news a kontrole faktů online zpravodajství a textů.

GREGOR, Miloš. *Nejlepší kniha o Fake News dezinformacích a manipulacích!!! / Miloš Gregor, Petra Vejvodová a Zvol si info*. 2018. ISBN 9788026418054.

- Tato kniha velmi přehledně objasňuje, kde a proč vznikají fake news a dezinformace, proč se tak úspěšně šíří a jakou roli v tom sami hrajeme. Cílem je čtenářům pomoci se v záplavě informací v okolním světě vyznat, naučit je kriticky myslet a posuzovat fakta, na jejichž názoru si následně můžeme vytvořit ucelený názor.

LEPPÄNEN, Leo, Hanna TUULONEN a Stefanie SIRÉN-HEIKEL. Automated Journalism as a Source of and a Diagnostic Device for Bias in Reporting. *Media and Communication* [online]. 2020, 8(3), 39-49 [cit. 2021-01-02]. ISSN 21832439. Dostupné z: doi:10.17645/mac.v8i3.3022

- Tento akademický článek rozebírá, jakou roli vlastně má automatizovaná žurnalistika ve vzniku a rozpoznávání neobjektivních, zkreslených textů.

MORAVEC, Václav, Veronika MACKOVÁ, Jakub SIDO a Kamil EKŠTEIN. THE ROBOTIC REPORTER IN THE CZECH NEWS AGENCY: AUTOMATED JOURNALISM AND AUGMENTATION IN THE NEWSROOM. *Communication Today* [online]. 2020, 11(1), 36-44 [cit. 2021-01-02]. ISSN 1338130X.

- V tomto akademickém článku jsou analyzována data, jež byla sbírána díky fungování algoritmu, který bez lidské asistence produkoval reporty na Burzu cenných papírů Praha. Je rozebíráno a porovnáváno jak rychlost a množství produkováných reportů ve srovnání s lidmi psanými texty, tak jejich kvalita.

THURMAN, N., J. KUNERT a K. DÖRR. When Reporters Get Hands-on with Robo-Writing: Professionals consider automated journalism's capabilities and consequences. *Digital Journalism* [online]. 2017, 5(10), 1240 - 1259 [cit. 2021-01-02]. ISSN 2167082X. Dostupné z: doi:10.1080/21670811.2017.1289819

- V tomto akademickém článku rozebírají specialisté na žurnalistiku a média vliv automatizované žurnalistiky. Hodnotí především, v čem jsou výhody oproti dosavadním metodám zpracování dat a tvorby textů, k čemu by se to dalo využít a jak neefektivněji zapojit do běžného užívání. Zároveň ale poukazují na mezery, hrozby a komplikace.

Diplomové 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)

ČÁSLAVSKÁ, Veronika. *Tradiční média a boj s tzv. fake news na příkladu BBC, ARD a Rádia Svobodná Evropa*. Praha, 2019. 152 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Václav Moravec, Ph.D., Ph.D.

HORT, Pavel. *Problematika fake news v současných médiích*. Praha, 2018. 92 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce PhDr. Milan Kruml.

KRKOŠKA, David. *České dezinformační weby a jejich obsah*. Praha, 2018, 40 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra Žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce doc. Mgr. Mg.A. Filip Láb, Ph.D.

MUDROVÁ, Nikol. *Fenomén deepfakes jako hrozba*. Praha, 2020. 79 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce doc. Mgr. Mg.A. Filip Láb, Ph.D.

Datum / Podpis studenta/ky

26. 7. 2021

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.

Mgr. Veronika Macháná, Ph.D.

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 PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE SCHVALUJE NA IKSŽ VEDOUcí PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.

Přílohy

Příloha č. 1: Jakub Šimko, KinIt (rozhovor)

Rozhovor vedla Daniela Seigová online dne 19. ledna 2022

Q: Podílíte se na výzkumu nástroje na automatizovanou kontrolu faktů v českém a slovenském prostředí s rozšířením na slovanské jazyky obecně a angličtinu. Tyto jazyky jsou v mnoha ohledech specifické a lingvisticky složité. Do jaké míry lze použít šablony z již fungujících programů na angličtinu apod.?

A: Nejdříve si musíme definovat, co bereme jako šablony. Nejde tak docela o kód, říká se tomu model. Je to paměťová struktura, pomocí které dokáže algoritmus, který ji obsluhuje, něco vypočítat, vyhodnotit... Pro zjednodušení si to můžeme představit jako neuronovou síť. V té jsou určité váhy, uzly, funkce... a určitým nelineárním způsobem kóduje informace. U modelu to tedy vypadá tak, že této „síti“ dáte větu, a ona vám o ní dokáže říct různé informace. Nebo jí dáte větu, a ona vám nabídne větu podobnou. Nebo vám dokáže porovnat podobnost dvou vět. A tímto stylem funguje.

Slovenština a čeština má oproti angličtině a některým dalším jazykům ten problém, že pro ně neexistuje tolik označovaných dat, to znamená, že by byl set textů, u kterých by se vědělo, co v nich je, jakého jsou charakteru, jaké informace obsahují. Takový dataset vytváří člověk, ručně označuje, která informace je jakého charakteru. Nebo jsou datasey automaticky nebo poloautomaticky vytvořené, ale i ty musí člověk kontrolovat, aby byly spolehlivé. Když je teda dataset, který obsahuje i část nepravdivých informací, a ty jsou označené, dokáže se to stroj naučit rozpoznat. Čím více příkladů dostane, tím přesněji dokáže sám vyhodnotit, co je a co není pravdivé. A právě takovéto označované datasey ve větším rozsahu pro slovenštinu určitě neexistují, pro češtinu nevím jistě. Existující datasey jsou malé a nestačí.

Existují i přístupy, které se to snaží určovat ne takto přímo, ale na více kroků. Znamená to, že se nesnaží rovnou určit, jestli je informace pravdivá, nebo ne, ale vypočítat postupně jednodušší charakteristiky. Takovou charakteristikou může být, jestli například věta obsahuje vulgarismy, emočně zabarvená slova, nebo gramatické chyby. Týká se to tedy charakteristik běžných pro dezinformační obsah, ale neřeší přímo pravda/nepravda. Takto vyhodnocená informace pak pokračuje ke člověku, který ji dále ověří. Taková finta se používá právě v případech nedostatečného množství přímých anotací na naučení kontroly fakt jako celku, ale dostatečný pro tato částečná kritéria.

Je také potřeba si dát pozor s jak obtížně zpracovatelnými daty pracujeme. Některá jsou totiž tak složitá, že ani člověk v nich nedokáže hledané parametry určit, natož to naučit stroj. Ano, ve spoustě úkolů dokážou stroje překonat lidi, ale ne zrovna v tomto.

Ale zpátky k otázce – hlavní rozdíl mezi angličtinou a například češtinou je tedy rozsah a kvalita dostupných dat. Z pohledu typu jazyka, myšleno že angličtina je germánský jazyk, čeština a slovenština slovanské a tak dále... to není problém. Neuronové modely se s tímto dokážou vypořádat. Stejně tak s gramatikou u automaticky generovaných textů – pokud je systém dobře natrénovaný, je nepravděpodobné, že by dělal chyby. Musí být ale natrénovaný na dostatku příkladů, klíčové je množství vstupních dat. Angličtina pak má sice více slov, které dokáže systém rozpoznat, ale u češtiny a slovenštiny se počty slov násobí – každé podstatné jméno má několik forem a tvarů, zatím co v angličtině jen jedno, respektive dva s množným číslem. Je to tedy o něco složitější, ale tyto modely si s tím poradí.

Problémem jsou tedy data, a ne jazyk samotný. Druhým problémem je compute, což je slangový výraz pro množství výpočetní síly, která je potřeba na natrénování modelů. Možná jste slyšeli o GPT-3, což je jazykový model, přirozeného jazyka, na bázi neuronové sítě od Googlu, který je v takovém rozsahu, že ho jen tak někdo nenatrénuje. Nebo se dříve hodně používal, a používá i dodnes, model BERT, kde platí to samé – trvá dlouho jej natrénovat. Tyto modely mají zase lepší přesnost, ale u nás zkrátka není kapacita je natrénovat.

Jde tedy v případě češtiny i slovenštiny zkrátka o takzvaný low resource language, což celý proces komplikuje. Není to ale zase něco, co by bylo nepřekonatelnou překážkou, protože existuje řada fint, ja to obejít. Jednou z nich je „transfer learning“. To ve stručnosti znamená, že si vezmeme model, který byl pro angličtinu, a pokusíme se ho dotrénovat, aby rozuměl i mému jazyku, v tomto případě češtině nebo slovenštině. Na to je potřeba méně dat, než když se na tento jazyk trénuje od začátku, ale zase je to na úkor přesnosti, a tak dále.

Q: Tyto jazyky tedy mají svá specifika, ale jsou způsoby, jak to obejít. Rozumím tomu správně?

A: Ano, přesně tak. Ale není to jednoduché, nestane se to za jeden večer. Vždy jsou potřeba alespoň nějaká data. My jsme například ve spolupráci s jednou slovenskou firmou připravili jazykový model pro slovenštinu. A ta firma si to odmakala tím, že museli posbírat množství dat, aby se to dalo natrénovat. Byly to divoká data ze slovenského webu, a u toho programu jsme neusilovali o žádné extrémně dokonalé vlastnosti, takže výsledek je takzvaně „good enough“, ale je to v tuto chvíli to jediné, co je. Takže se to určitě dá, ale není to nijak triviální.

Q: Říkal jste, že problémem jsou data a compute. Co je potřeba k překlenutí této propasti, je to čas, nebo finance, nebo co je nejvíce potřeba k získání potřebného?

A: Je to obojí. A ještě znalosti, jak to udělat. Hlavním limitem jsou jednoznačně data – vědět kde je nasbírat, jak je dobře očistit, sestavit vyvážený a kvalitní dataset... to chce určitou expertízu.

Q: Co se týče modelů, například právě zmiňované GPT-3 a BERT, jsou volně dostupné, nebo se musí odkupovat?

A: Modelů je větší množství a část z nich je dostupných, každý si je tedy může stáhnout a používat, právě například BERT, a myslím, že GPT-3 taky. Takže ne všechny, ale ano, část je dostupných.

Q: Jak dlouho přibližně trvá vyvinout program na jazykovou detekci tak, aby byl reálně použitelný v redakcích, na fact-checkingových stránkách apod.?

A: Na to se nedá tak úplně odpovědět, protože závisí na tom, co bereme jako první použitelnou verzi, kdo má být uživatel. Velké množství času totiž strávíte nejen umělou inteligencí, ale výrobou příjemného uživatelského rozhraní.

Může to tedy trvat měsíce, roky... Je totiž potřeba si říct, co všechno má ten software umět, úloh na podporu fact-checkingu je x. Můžeme se tedy bavit o tom, že jdeme připravit fact-check worthiness prediction, to znamená že jdeme odhadovat, zda se vůbec něco vyplatí fact-checkovat nebo ne. Nebo můžeme k textu hledat spolehlivé zdroje, které se mu podobají. Nebo se můžu dívat do databáze existujících fact-checků a hledat, jestli už to někde nebylo. Nebo to hledat v databázi známých existujících dezinformací a porovnávat to s ní. A tak dále. A to všechno jsou úplně jiné funkce, každá je jinak složitá a jinak se připravuje. Dál záleží třeba na tom, jak přesná daná funkce bude. Faktorů je tedy spousta a není jednoznačná odpověď.

Q: A která fáze přípravy nástroje zabere nejvíce času v poměru s ostatními? Je to zmiňovaný sběr dat, nebo front end, nebo něco jiného?

A: Určitě jde při jakémkoliv machine learningu 90 % úsilí do přípravy dat – sběr, čištění, analýza... Samotné trénování a nastavování modlu, teda to, co si každý představí že se děje, zabere opravdu jen tak těch 10 %.

Co se týče uživatelského rozhraní, to se opět špatně porovnává. Záleží totiž, jak ho chci mít sofistikované. Pokud se má jednat jen o box pro vkládání textu, tlačítko Submit a následné vyhodnocené výsledky, tak je to hračka. Rozdíl ale je, když chce uživatel celý dashboard, různé

nástroje, má to být připravené na potenciální rozšíření v budoucnu, a ještě to má i dobře vypadat, bavíme se o něčem úplně jiném a desetinásobné množství potřebného úsilí. Takže ty nejjednodušší uživatelská rozhraní trvají pár hodin, nebo dní, ale u těch komplexnějších s vysokou produktovou kvalitou to mohou být měsíce i roky.

Pro konkrétní představu uvedu příklad našeho institutu – myslím si, že přidat do existujícího nástroje několik zajímavých funkcí a zprovoznit ho, aby měl product grade kvalitu, se nám povede za 2-3 roky. Nemusíme na výsledky tedy čekat deset let, když se do toho lidé opřou, a když je dostatek financí. Kvalitní software samozřejmě také něco stojí.

Q: Jak obtížné je sehnat financování a sehnat a motivovat lidi pro takovéto projekty?

A: Ano, hledat IT personál je opravdu problém, rozhodně je snazší najít peníze. Také samozřejmě platí, že lépe se hledají lidé na motivaci dobrých peněz, takže je to jedno s druhým.

Co se peněz týče, člověk musí vědět, jak na to. My jsme například výzkumná instituce a můžeme tedy vypisovat žádosti o granty, např. i právě CEDMO. Grantové financování pro tuto oblast je poměrně dostupné. Evropská unie i vlády jak Česka, tak Slovenska si uvědomují, že dezinformace jsou problém, stejně tak velké firmy jako Google na tyto projekty dedikovaly velké množství peněz. Takže peněz k dispozici je dostatek, ale je potřeba se o ně umět ucházet a dokázat si je obhájit.

Q: Je tedy vidět, že si i hlavy státu a nadnárodní organizace uvědomují relevanci problému dezinformací?

A: To rozhodně, uvědomují si, že je potřeba s tím něco dělat. Především na evropské úrovni je to znát. Horizontové výzvy a projekty jsou zaměřeny na „using AI to fight disinformation“. Právě do také výzvy jsme se i my zapojili s naším projektem před několika měsíci. Není tedy snadné získat grant, kde by peněz bylo opravdu tolik, aby se s tím dalo pořádně pracovat, ale nemožné to není.

Q: Konkrétně když se bavíme o CEDMO projektu, jaké jsou stanovené cíle pro vyvíjený nástroj? V čem specificky má ulehčit lidem práci?

A: To mi ještě v tuto chvíli přesně neumíme říct. Právě v tuto chvíli sbíráme data a podněty od fact-checkerů zapojených do projektu, kdy se bavíme s každým jedním z nich a ptáme se, jak pracují, s čím mají největší problémy, co potřebují... V následujících měsících si přesně stanovíme, jaký přesně nástroj pro ně uděláme. Ukazuje se například, že ti, kteří operují na Facebooku mají problém už jen s tak bazálními věcmi, jako je vyhledávání výskytu nějaké

fráze. Facebook má totiž sice nějaké vyhledávání, které něco ukáže, ale zdaleka ne vše. Neprohledává totiž soukromé skupiny, privátní obsah, komentáře... Je tam obrovské množství obsahu, které by fact-checkeři potřebovali prohledat, aby věděli kde se co řeší, ale nejsou toho schopni.

Další věc, kterou fact-checkeři řeší je například to, že když se pustí do kontroly jedné zprávy, může jim to trvat celý den, nebo i několik dní, protože jde o rozsáhlé ověřování a dohledávání informací. A právě v dohledávání informací cítíme obrovskou příležitost. Měli by mít možnost někde zadat ověřovaný text, nebo url adresu, kde něco našli, a od stroje dostat všechny možné informace a zdroje co by se jim mohly hodit pro kontrolu.

Q: Je tedy možné vyvinout nástroj, který by jim toto umožnil? S problematikou nemožnosti vyhledávání na sociálních sítích se totiž setkáváme dnes a denně, je tedy reálné to umožnit?

A: Musíte mít infrastrukturu, která dokáže sbírat z Facebooku data, a sbírat je takovým způsobem, aby to potom šlo zpětně dohledat. Takže opět, dá se to, ale není to jen tak. Nejsem si jistý, jestli tohle bude ve výsledku zrovna to, na čem budeme v rámci CEDMA pracovat, protože podnětů je více. Shodou okolností ale máme partnery mimo tento projekt, kteří s námi spolupracují na jiných věcech, kteří mají na takovéto nástroje kapacitu. Je to například firma Gerulata Technologies na Slovensku, která je, pokud vím jediná, která se v tomto „dezinformačním businessu“ pohybuje.

Q: Už jste to částečně zmínil, ale mohl byste prosím popsat, jaký je postup při vývoji takového nástroje? Odkud se začíná při sběru dat, kam se postupuje apod.?

A: Jedna věc je sběr požadavků od budoucích uživatelů, což je běžný krok v každém softwarovém projektu. Označujeme to jako analýzu a specifikaci softwaru. Analýza je průzkum, jaké problémy uživatelé řeší, v jakém prostředí pracují, jaké u nich existují procesy... Specifikace je upřesnění, co má software umět, takže vytváříme scénáře použití. To je tedy ta část softwarového inženýrství.

Na začátku, než se pustíme do samotné přípravy uživatelského rozhraní, musíme si ověřit, jestli se naše představa shoduje s představou uživatele. Jinak se může stát, že polovinu věcí děláme zbytečně, polovina naopak chybí, uživatel neví, co s tím a musíme se zbytečně vracet o několik kroků zpět. Takže abychom tomu předešli, nakreslíme si to nejdřív na papír a ukážeme jim, jak by to mohlo být, co bude kde, co si představují, že se stane, když kliknou tady a tam... Říká se tomu vodopádový přístup, a aplikuje se takzvaná interaktivně inkrementální, případně až agilní

metodologie vývoje softwaru. Jde tedy o co nejmenší, nejlevnější prototyp – v tomto případě papír. A uživatel mi opravdu prstem ukazuje, kam chce kliknout, co mu má kam vyskočit, a pomocí dalších a dalších papírů rozpracováváme model. To je ale všeobecné softwarové inženýrství, tedy ani v případě nástrojů pro kontrolu faktů a dezinformací nejde o nic speciálního.

A pak se řeší samotná umělá inteligence, která poběží „pod kapotou“. U té se to musí nadefinovat, co to má dělat. Pokud to má například detekovat podobnost textů, tak si musím nasbírat obrovské množství vzorků a určit, které se budou navzájem porovnávat, označit si které se podobají a které ne, a na nich se AI učí...

Q: Rozdílnost vývoje nástroje pro fact-checking od jiných AI nástrojů je tedy zřejmá až ve fázi programování, kdy jsou specifické požadavky funkcí, které musí umět?

A: Funkcionalita je samozřejmě naprosto závislá na zaměření, ale ano, do té doby je postup velmi podobný, jako u jiných softwarů. To, že se pracuje s dezinformacemi, ale také vstoupí do hry v tom, že když už chci mít trochu pokročilejší prototyp, musím už pracovat opravdu s AI, protože si potřebuju ověřit, jak to reálně zvládá s texty pracovat. Musí se tedy na „funkční“ prototyp přejít dřív než u některých jiných softwarů.

Q: Máte přímo v týmu lidi z konkrétního fact-checkingového serveru, nebo spolupracujete úzce s některým, abyste přímo za pochodu s nimi řešili detaily?

A: Ano, je tam jak český, tak slovenský Demagog, polský Konkret24, INFOSECURITY.SK a samozřejmě AFP se vším co pod ně spadá. Se všemi z nich různě intenzivně pracujeme.

Q: Bude výsledným produktem jeden nástroj, univerzálně použitelný pro všechny? Umím si totiž představit, že AFP bude mít jiné požadavky a představy, než například Demagog...

A: Ano, budeme se snažit najít kompromis a zaměřit se na to, co schází většině. Půjdeme po „nejníže visícím ovoci“. Řídíme se takzvaným Paretovým pravidlem, kdy dokážeme 20% úsilí pokrýt 80 % potřeb, ale na pokrytí zbylých 20 % by bylo potřeba 80% úsilí. Takže nám jde o pokrytí 80 % potřeb, protože na to máme dostatečné prostředky, za cenu toho, že zbylých 20 % zůstane nepokryto.

Q: Můžete zmínit i jiné projekty v oblasti boje proti dezinformacím, na kterých pracujete, které využívají podobné metody a postupy, jako používáte u vývoje nástroje v rámci CEDMO projektu?

A: V souvislosti s touto tematikou například auditujeme algoritmy sociálních médií. Jedním z největších příspěvatelů k současnému problému s dezinformacemi je Facebook. Ne jako celek prostě tím, že existuje, ale jeho specifická část – rekomenční algoritmy, které určují, co přesně uvidím ve svém feedu. Chtějí co nejvíce prodloužit čas, který uživatel na jejich stránce tráví, a jejich algoritmy se naučily, že nejvíce času tráví uživatelé na obsahu, který je kontroverzní, který vyvolává emoce, obzvlášť pak hněv. To jsou schopni změřit, protože se mohou podívat na počet líků, reakcí, komentářů, jak dlouho se na to člověk dívá...

V rámci optimalizace zisku pro Facebook algoritmus vyhodnotil, že je výhodnější předkládat negativní, nepravdivý, kontroverzní obsah. Z počátku to bylo nejspíš nevědomky a nechtíc. Dnes už o tom ví, ale nechtějí s tím nic dělat. Věci seriózní a klidné jsou „nudnější“ a tolik se do feedu nedostanou. Do toho vstupuje personalizace, což znamená, že mi bude algoritmus dál předkládat věci, které se mi v minulosti líbily a strávil jsem nad nimi hodně času.

Důsledkem jsou filtrační bubliny, ale už tento samotný princip je problémem. Toho si všimli už i regulátoři a chtějí na Facebook, YouTube a další zatlačit. K tomu ale musí mít v rukou důkaz, že to Facebook opravdu dělá, ale jak to udělat? Facebook to totiž může popřít, a jak to pak dokázat? Facebook nikdy nikoho nepustí ke svému algoritmu, nikomu neukáže svoje data, ani zdrojový kód. A ze zákona se k tomu také dostat nedá, je to chráněno obchodním tajemstvím a dalšími zábrany, přes které se nelze dostat. My se tedy snažíme udělat takzvaný blackbox (černoskrínkový) audit. Znamená to, že postavíme auditovací program, který bude to sociální médium pozorovat zvenku.

Už jsme to udělali například YouTube – vyrobili jsme uživatelské účty, které používali boti, kteří se dívali na různá videa, a my jsme sledovali jaká další YouTube doporučí. Na základě toho jsme měřili, kolik doporučeného obsahu bylo dezinformačního, jestli se například množství dezinformací změnilo, když uživatel začal tato videa sledovat, nebo když naopak začal sledovat videa vyvracející dezinformace, a tak dále... Podobný princip můžete vlastně aplikovat na jakoukoliv sociální síť – budou tam „agenti“, prostřednictvím kterých sledujete, co vám médium nabízí a kolik z toho je dezinformací, čímž se to dá kvantitativně změřit.

Je v tom samozřejmě ale řada komplikací. Je to technicky velmi náročné. Je potřeba mít metodu, která vyhodnotí, co je dezinformace a co ne – v nejběžnějším případě jste odsouzeni k tomu, abyste to sami sledovali, hodiny a hodiny materiálu. To se nám stalo v té YouTube studii, viděli jsme 3000 videí, u kterých jsme museli určit, jestli to je dezinformace, nebo ne. Když ale odhlédneme od limitací, taková detekční metoda má potom ale miliony využití.

Příloha č. 2: Ladka Mortkowitz, AFP (rozhovor)

Rozhovor vedla Daniela Seigová online dne 19. ledna 2022

Q: Jakou metodu používáte k ověřování faktů?

A: To záleží na povaze dezinformace. Používáme vše od klasických zpravodajských metod (rozhovory se zdroji, telefonáty, e-maily, vyhledávání na internetu) až po různé nástroje pro ověřování faktů, jako je interní nástroj Facebooku – Claim Check, který sdružuje obsah označený uživateli jako podezřelý. Dále CrowdTangle a Whopostedwhat.com, kde lze příspěvky vyhledávat podle klíčových slov nebo částí textu. Nebo InVID Verification Plugin, který je užitečný při analýze videí. S tím souvisí různé nástroje pro reverzní vyhledávání obrázků, jako jsou Google photos, Baidu, Yandex nebo TinEye; a samozřejmě sleduji seznam publikací a účtů na sociálních sítích, o nichž je známo, že šíří nepravdivé informace.

Q: Proč právě tento?

Jak bylo uvedeno výše, použitá metoda je přizpůsobena povaze dezinformací. Vyvrácení textu bude pravděpodobně vyžadovat klasické zpravodajské techniky, jako je kontaktování osob zmíněných v textu, případně odborníků, procházení oficiálních dokumentů, vyhledávání lékařských studií atd. Podezřelé video je třeba analyzovat pomocí hellp InVID, který jej rozřeže na klíčové snímky, jež lze následně použít při zpětném vyhledávání obrazu. InVID dokáže analyzovat také metadata a další informace obsažené ve videu.

Podrobnější představení ověřovacích nástrojů AFP najdete na našem kanálu YouTube: https://www.youtube.com/playlist?list=PL_tN7HuGt39qBD4KaPy9YH9IaKwG6JZAz.

Q: Jak moc pomáhá umělá inteligence a strojové učení při ověřování faktů?

A: Zaznamenali jsme velké zlepšení v identifikaci námi označeného falešného obsahu na Facebooku. Díky této funkci již nemusíme veškerý nepravdivý obsah vyhledávat sami, Facebook jej často najde sám a označí jej jako nepravdivý/zavádějící pomocí našich vyvrácení.

Q: Jaké jsou všechny zdroje zpráv, které ověřujete?

A: Jak už jsem zmínila výše, mám seznam „častých pachatelů“ - jak webových stránek, tak účtů na sociálních sítích. Některými z obvyklých podezřelých jsou například: Otevři svou mysl, Protiproud, AC24, Aeronet, Tadesco.org, Infokurýr atd.

Q: Jak dlouho průměrně trvá ověření jedné zprávy?

A: V závislosti na složitosti zprávy to může trvat 1-5 dní. Vzhledem k časovým a personálním omezením se nemůžeme pouštět do dlouhodobých šetření.

Q: Popište, prosím, jak funguje váš proces ověřování faktů od prvního do posledního kroku?

A: Nejprve vyhledávám potenciálně nepravdivý obsah. Provedu několik předběžných šetření, abych zjistila, zda skutečně stojí za vyvrácení (to často zahrnuje ověření u kolegů z AFP po celém světě; falešné zprávy často cestují a jejich mutace existují v mnoha jazycích). V případě potenciálně falešných obrázků videí používám výše zmíněné nástroje. Když jsem si jistá, že je tvrzení „vyvratitelné“, předám zprávu redaktorům. Poté začnu shromažďovat důkazy (rozhovory s odborníky, vyhledávání v databázích, kontaktování organizací nebo státních orgánů atd.). Jakmile mám dostatek důkazů, napíšu příběh, který pak projde redakčním procesem. Když je hotová finální verze, přeložím ji do češtiny a zveřejním. Pomocí nástroje na Facebooku pak „škrtám“ nepravdivé příspěvky tím, že je označím jako „nepravdivé“, "částečně nepravdivé", „zavádějící“, „vytržené z kontextu“ atd. a připojím k nim svůj příběh jako důkaz.

Q: V rámci EDMO jste zapojen do několika projektů, očekáváte od toho další automatizaci?

A: Ano, z tohoto projektu jsem velmi nadšená. Doufám hlavně, že se nám díky tomu podaří dostat k více falešnému obsahu, který se u nás vyskytuje.

Q: Jaká jsou vaše očekávání a jak daleko jste v procesu automatizace?

A: Mám pocit, že nejsme daleko téměř vůbec, zejména ve fázi identifikace. Ocenila bych nástroj, který by uměl shromažďovat větší množství potenciálně falešného obsahu; současný nástroj na Facebooku není nijak zvlášť efektivní.