

Univerzita Karlova

Filozofická fakulta

Ústav informačních studií a knihovnictví / Studia nových médií

Diplomová práce

Bc. Martin Janda

Information laundering: Dezinformační weby v českém kontextu

Information Laundering: Fake News Websites in Czech Context

Praha 2017

Vedoucí práce: Mgr. Michaela Slussareff, Ph.D.

Poděkování

Na tomto místě bych chtěl poděkovat vedoucí práce Mgr. Michaele Slussareff, Ph.D., konzultantovi Mgr. Josefovi Šlerkovi za ochotu, poskytnutí svých skriptů a znalostí a také za celou řadu podnětných připomínek. V neposlední řadě bych rád poděkoval i svým kolegům Janě a Robertovi za jejich rady a trpělivost, kterou se mnou během psaní práce měli.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracoval samostatně a výhradně s použitím citovaných pramenů, literatury a dalších odborných zdrojů.

V Praze, dne 17. prosince 2017

.....

Martin Janda

Abstrakt

Práce se zabývá tématem dezinformačních webů v prostředí České republiky. Tento v posledních letech často skloňovaný fenomén je v českém kontextu úzce vázán na tzv. prokremelskou propagandu, která má za cíl vyvolávat v občanech strach, nedůvěru ve vládnoucí elity, v západní instituce, ve funkčnost liberální demokracie a v neposlední řadě ve veřejnoprávní média a média hlavního proudu obecně. Toho je dosahováno produkcí dezinformací, tedy smyšlených, nepravdivých či manipulativních článků, které se šíří skrze sociální sítě. I přes svoji nedůvěryhodnost a vyvratitelnost se často v nějaké podobě dostávají do veřejné debaty, čímž získávají schopnost formovat veřejné mínění a ve výsledku i politická rozhodnutí. Ke zkoumání celého procesu využiji koncept Adama Kleina zvaný *information laundering*, který popisuje techniky, kterými se nenávistné články, osobní názory či přímo lživé zprávy v online prostředí navenek legitimizují a následně šíří skrze sociální sítě pod rouškou seriózní žurnalistiky. Vedle popisu jednotlivých aspektů celého mechanismu si práce klade za cíl pomocí kvantitativních analýz kompletně zmapovat sféru dezinformačních médií u nás, jejich webové stránky i profily na sociálních sítích Facebook a YouTube. Kromě toho bude podrobena analýze publikum těchto webů, cesty, jimiž se čtenáři k dezinformacím dostávají, a také potvrzena hypotéza o existenci tzv. *echo-chambers*, tedy dvou silně polarizovaných a vnitřně homogenních skupinách, uvnitř kterých uživatelé sdílejí jeden společný narativ.

Klíčová slova

propaganda, dezinformace, fake news, sociální sítě, Facebook, YouTube, internet, echo-chambers

Abstract

The thesis follows up a topic of fake news within the borders of Czech Republic. This frequently discussed phenomena is often linked to the pro-Kremlin propaganda, whose aim is to evoke fear across the citizens, as well as raise distrust towards reigning authorities, western institutions, a functionality of liberal democracy and at last but not least – distrust towards public media and mainstream media in general. This is being achieved by production of fake news, also known as fictive, false or manipulative articles, that are being spread through the social media. Despite its low credibility the news often make their way into the public discussion, forming the general opinion and as a result affecting many political decisions. In order to follow this topic up further, I will put in use the Adam Klein's concept, also known as *information laundering*. This concept describes the ways how these hateful articles, personal opinions and straight up false news are getting legitimised within the online world and subsequently spread through the social media under the disguise of respectable journalism. The thesis is aiming to map out the entire sphere of fake news media, its websites and Facebook and YouTube social profiles as well as describe individual aspects of the entire mechanism using quantitative analysis. In addition to the above, the paper has put the audience under an analysis of these websites, the ways fake news reach the readers and I have also confirmed the hypothesis about the existence of *echo-chambers*, two very strongly polarised and internally homogeneous groups, within all users share one narrative in common.

Keywords

propaganda, disinformation, fake news, social sites, Facebook, YouTube, internet, echo-chambers

OBSAH

1	ÚVOD	3
1.1	CÍL PRÁCE	4
1.1.1	<i>Vymezení problému</i>	4
1.1.2	<i>Použitá metoda</i>	6
1.1.3	<i>Výzkumné otázky</i>	6
2	TEORETICKÁ ČÁST	7
2.1	DEFINICE KLÍČOVÝCH POJMŮ	7
2.1.1	<i>Propaganda</i>	7
2.1.2	<i>Dezinformace</i>	9
2.2	INFORMATION LAUNDERING	10
2.3	SOCIÁLNĚ PSYCHOLOGICKÉ VLIVY	12
2.3.1	<i>Kognitivní zkreslení</i>	13
2.3.2	<i>Sociální vlivy</i>	14
2.3.3	<i>Echo chambers</i>	16
2.4	KRIZE MÉDIÍ	19
2.4.1	<i>Pokles důvěry</i>	19
2.4.2	<i>Ekonomická situace</i>	20
2.4.3	<i>Churnalism</i>	20
2.4.4	<i>Přechod na online</i>	21
2.4.5	<i>Novináři v době internetu</i>	22
2.5	FAKE NEWS JAKO SPOLEČENSKÝ PROBLÉM	23
2.5.1	<i>Role sociálních sítí</i>	25
2.6	SITUACE V ČR	27
2.6.1	<i>Základní rozdělení dezinformačních webů</i>	29
3	PRAKTICKÁ ČÁST	32
3.1	METODOLOGIE	32
3.1.1	<i>Metodika</i>	32
3.1.2	<i>Vzorek</i>	34
3.1.3	<i>Dataset</i>	35
3.2	ZÁKLADNÍ PŘEHLED	36
3.3	DOSAHI	40

3.3.1	<i>Webové stránky</i>	40
3.3.2	<i>Facebookové stránky</i>	43
3.4	PRÁNÍ INFORMACÍ V ČR	46
3.4.1	<i>Vyhledávače</i>	46
3.4.2	<i>Zpravodajství</i>	47
3.4.3	<i>Blogosféra</i>	48
3.4.4	<i>Sociální sítě</i>	49
3.5	PUBLIKUM	52
3.5.1	<i>Webové stránky</i>	52
3.5.2	<i>Facebookové stránky</i>	55
3.6	POHYB UŽIVATELŮ	60
3.7	PARLAMENTNÍ LISTY	63
3.7.1	<i>Oblíbené médium politiků</i>	64
3.7.2	<i>Praktiky</i>	65
3.7.3	<i>Pozadí</i>	67
3.7.4	<i>Financování a kontroverze</i>	69
3.7.5	<i>Publikum</i>	70
4	DISKUZE	75
4.1	MOŽNÁ VÝCHODISKA	75
4.1.1	<i>Vzdělání</i>	75
4.1.2	<i>Fact-checking</i>	76
4.1.3	<i>Finance</i>	76
4.1.4	<i>Postoj mediálních firem</i>	77
4.1.5	<i>Postoj státu</i>	77
4.2	METODOLOGICKÉ PROBLÉMY	78
5	ZÁVĚR	81
6	SEZNAM ZDROJŮ A LITERATURY	83
7	SEZNAM TABULEK	92
8	SEZNAM GRAFŮ	92
9	SEZNAM OBRÁZKŮ	92
10	SEZNAM ZKRATEK	93

1 Úvod

Masivní šíření *fake news*¹ se stalo v posledních letech jedním z hlavních témat týkajících se sociálních sítí a online zpravodajství obecně. Tento nový fenomén se skloňuje v médiích, je zkoumán vědci, ohání se jím politici. Ve skutečnosti však *fake news* není nic nového, jde o starý jev, který lidstvo provázelo vždy², jen má dnes jinou podobu a jeho síla a dosah je ohromným způsobem znásobený působením moderních technologií – jmenovitě sociálními sítěmi, potažmo internetem jako takovým. V každém případě jsou *fake news* (a s nimi často spojovaná externě vyvolávaná sociální či politická nestabilita) nyní označovány za jedno z největších globálních nebezpečí (pravidelně na ně upozorňuje třeba World Economic Forum³).

Kromě informačního chaosu mají i další vedlejší efekty, jako je zvýšená polarizace společnosti a proměna veřejné diskuze. Témata a názory, které dříve byly z hlediska většinové společnosti stigmatizovány a patřily jen úzké skupině konspirátorů, se dnes stále častěji skloňují i v hlavním proudu. Různé extrémní narativy prosakují do veřejného diskurzu a reálně ovlivňují veřejné mínění, v konečném důsledku i politická rozhodnutí. Ve vnímání čtenářů se rozpouští už tak velice tenká hranice mezi tím, co je objektivní pravda ve smyslu souladu slova a skutečnosti, a tím, co je fabulace, manipulace, ne pravda. Ve společnosti je cítit narůstající skepse a nedůvěra v klasická média – neexistuje jen jedna pravda, vše je zpochybnitelné, fakta jsou k ničemu, protože vedle nich existují i “alternativní fakta”.⁴

¹ Do češtiny by se dalo přeložit jako „falešné zprávy“, originál se však nejen celosvětově, ale i v českém prostředí natolik uchytil, že jsem se rozhodl v práci termín nepřekládat.

² DARNTON, Robert. The True History of Fake News. *The New York Review* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.nybooks.com/daily/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/>

³ DUTTON, William H. *Fake news, echo chambers and filter bubbles are an exaggerated threat. Here's why* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.weforum.org/agenda/2017/05/fake-news-echo-chambers-and-filter-bubbles-are-an-exaggerated-threat-heres-why>

⁴ Alternative facts. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Alternative_facts

Vzhledem k těmto tendencím je poměrně symptomatické, že vydavatelé Oxfordského slovníku zvolili slovem roku 2016 slovo “*post-truth*”, což v češtině znamená post-pravdivý. Je spojen se zvětšujícím se podílem lidí, kteří čerpají informace primárně ze sociálních médií, a především s rostoucí nedůvěrou v mainstreamová média, resp. k faktům, jež předkládá establishment. Doslova Oxfordský slovník definuje *post-truth* jako “okolnosti, kdy objektivní fakta mají menší vliv na utváření veřejného mínění než apelování na city a osobní názory.”⁵

Tento dnes již poněkud zprofanovaný termín existuje už déle, pořádně ale zapustil kořeny až minulý rok (2016), který je spojen s několika “překvapivými” geopolitickými zvraty, jako je zvolení Donalda Trumpa americkým prezidentem, či prosazení Brexitu v referendu ve Velké Británii. Právě v souvislosti s těmito dvěma událostmi se *fake news* skloňují nejčastěji, a právě ony se staly bodem zlomu, kdy novináři, vědci i politici přijali masivní šíření nepravd a lži jako reálnou hrozbu a společenský problém, který je třeba nějakým způsobem řešit. Příčin takového vývoje je mnoho, nedají se od sebe oddělit či svést vinu jen na jednu, nebo určit, do jaké míry se na tom podílejí politici, jednotlivá média či cizí mocnost. Některé z nich se pokusím v práci vysvětlit. Jde však o konglomerát a problém, který je specifický pro každou zemi zvlášť.

1.1 Cíl práce

1.1.1 Vymezení problému

Fake news jako termín je spíše novinářská a nejasně definovaná zkratka. Cílem práce je zaměřit se na *fake news* v českém kontextu – tedy „falešné zprávy“ využívané primárně jako součást propagandy, a to propagandy tzv. “prokremelské” (někdy v médiích nazývané i jako “proruská”, jelikož se ale jedná o aktivitu vládní, nikoliv aktivitu Rusů jako národa, není označení přesně) objevující se zejména na tzv. “dezinformačních webech”. Cílem práce není o ní polemizovat či dokázat, že takováto propaganda na našem území působí, beru ji jako výchozí předpoklad potvrzený například Ministerstvem vnitra⁶ i

⁵ Definition of post-truth in English. *Oxford Living Dictionaries* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth>

⁶ *Ministerstvo vnitra ČR: Dezinformační kampaně* [online]. 2017 [cit. 2017-12-14]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/cthh/clanek/centrum-proti-terorismu-a-hybridnim-hrozbam.aspx>

Bezpečnostní Informační Službou České republiky.⁷ Vycházím z předpokladu, že jednou z jejích podob je právě šíření manipulujících zpráv vykreslujících Islám jako zásadní a bezprostřední hrozbu, Evropskou Unii jako naprosto neschopnou jakékoliv problémy a bezpečností situaci řešit, Severoatlantickou alianci jako agresora, a západní podobu demokracie jako neefektivní a v postupném rozkladu. Cílem takových zpráv je vzbuzovat v občanech nejistotu a strach, nedůvěru v média a politické elity, a v neposlední řadě pokusit se vymanit Českou republiku (dále také ČR) ze západních demokratických struktur.

Situace v ČR je taková, že přes čtvrtinu lidí považuje Rusko za ochránce “tradičních hodnot”, stránky jako EuroZprávy a Parlamentní listy, běžně šířící hoaxy⁸, se pravidelně řadí mezi deset nejnavštěvovanějších zpravodajských webů⁹, téměř 40 % lidí občas čte “alternativní média” a třetině čtenářů těchto dezinformačních webů nevadí, že mohou být placené Ruskem, důležité podle nich je, že říkají pravdu.¹⁰ To jsou hlavní důvody, proč je téma šíření dezinformací relevantní a proč je nutné se jím důkladněji zabývat. Dále je tento jev do značné míry nový a zároveň specifický pro každou zasaženou zemi zvlášť. Proto pro český kontext doposud vzniklo (i přes rostoucí zájem) jen několik málo dílčích analýz, ať již z novinářské sféry (tématem se dlouhodobě zabývá například novinář Ondřej Kundra z týdeníku Respekt), tak ze strany neziskových organizací (např. think-tank Evropské hodnoty¹¹) či z akademického prostředí¹²¹³.

⁷ Výroční zpráva bezpečnostní informační služby za rok 2016. *Bezpečnostní Informační Služba: zpravodajská služba České republiky* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z:

https://www.bis.cz/vyrocní-zpráva/16e1.html?ArticleID=1136#2.7_Kybernetická_bezpe_nost

⁸ „Hoax“ je anglické slovo označující poplašnou zprávu nezakládající se na pravdě a šířící se skrze řetězové emaily nebo prostřednictvím sociálních sítí.

⁹ Online data (OLA). *NetMonitor* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.netmonitor.cz/online-data-ola>

¹⁰ Public Opinion in the Czech Republic: March 8 - 21 , 2017. *International Republican Institute* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: http://www.iri.org/sites/default/files/2017-7-19_czech_poll.pdf

¹¹ Fungování českých dezinformačních webů: Kremlin Watch report. *Evropské hodnoty* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2017/08/Fungov%C3%A1n%C3%AD-%C4%8Desk%C3%BDch-dezinforma%C4%8Dn%C3%ADch-web%C5%AF4-1.pdf>

¹² GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. *Analýza manipulativních technik na vybraných českých serverech* [online]. Brno: Fakulta sociálních studií, Masarykova Univerzita, 2016, , 9 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://www.academia.edu/26046763/V%C3%BDzkumn%C3%A1_zpr%C3%A1va_Anal%C3%BDza_manipulativn%C3%ADch_tech_nik_na_vybran%C3%BDch_%C4%8Desk%C3%BDch_serverech

¹³ FALTOVÁ, Miriam. *Ruská propaganda v českých médiích*. Praha, 2017. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce PhDr. Michael Romancov, Ph.D.

1.1.2 Použitá metoda

Aby kolující zprávy měly nějaký účinek, musí být cílovou populací brány jako důvěryhodné a relevantní. V této práci se budu zabývat celým procesem legitimizace dezinformací ve veřejném diskurzu, od jejich původu až ke koncovému konzumentovi. K tomu využiji teorii Adama Kleina “*information laundering*“. Tento koncept mi pomůže vystavět potřebný teoretický základ, v jehož rámci v praktické části práce jednotlivé aspekty problému popíši. Hlavním přínosem práce tak bude řada kvantitativních analýz, kterými se pokusím jednotlivé kroky konceptu potvrdit (a názorně ukázat) či naopak vyvrátit. K výzkumu využiji kromě analýz navržených Josefem Šlerkou i několik na internetu volně dostupných nástrojů pro výzkumné účely.

1.1.3 Výzkumné otázky

Práce si dává za cíl zmapovat, kterými kanály a jakým způsobem se dezinformace šíří, jakou mají podobu a kteří aktéři se celého procesu účastní. Dále následuje pokus zanalyzovat celou scénu českých dezinformačních webů, tedy jejich výčet, strukturu, vzájemné vztahy i jejich jednotlivá publika – a to jak na sociální síti Facebook (dále také „FB“), tak i jako klasické webové stránky. Cílem této práce tak nebude jen ucelený přehled této problematiky vztahený na specifické české prostředí, ale i rozklíčování jednotlivých elementů toho, čemu by se dalo říkat “praní špinavých informací”. Přestože se budu věnovat mnoha jednotlivým aspektům, jako hlavní výzkumné otázky jsem stanovil:

- Dochází na území ČR k praní špinavých informací?
- Kdo tvoří publikum dezinformačních webů a jak se liší od čtenářů mainstreamových médií?
- Jakými cestami se uživatelé k dezinformacím dostávají?
- Jakou roli hrají Parlamentní listy v šíření dezinformací?

2 Teoretická část

2.1 Definice klíčových pojmů

Abychom mohli fenomén *fake news* popsat a nadále zkoumat, je nutné nejprve jasně definovat jednotlivé pojmy, se kterými budeme pracovat. Kolem této problematiky se za krátkou dobu vystřídal mnoho nepřesných či zavádějících termínů, z části i proto, že se jedná o jev v zásadě nový a značně medializovaný. Vyjadřuje se k němu celá řada politiků, novinářů či analytiků, a tak přirozeně vznikl pelmel nepřesných termínů a množství takzvaných buzzwords¹⁴. Tím nejjobecnějším a velmi často se skloňujícím je výraz “propaganda”.

2.1.1 Propaganda

Výklad termínu není jednotný, v průběhu 20. století vzniklo mnoho různých definic propagandy, více či méně platných pouze v dobovém kontextu (proto pro tuto práci nevhodné), přičemž ve své nejjobecnější formě by se propaganda dala shrnout jako šíření určitých idejí. Pro účely této práce byla vybrána hodnotově neutrální definice Gertha Jowetta a Victorie O'Donnellové, která ke konceptu propagandy přistupuje jako k určité formě komunikace, díky čemuž je schopná popsat jednotlivé komunikační proměnné, jako jsou intencionalita či reakce příjemců:

“Propaganda je záměrný a systematický pokus formovat vnímání, manipulovat poznání a přímo chování k dosažení přesně takové odezvy, která podporuje propagandistův záměr.”¹⁵

Množství různých definic vychází i z toho, že propaganda může nabývat mnoha forem. Může například mít za cíl zaktivizovat masy lidí, nebo je naopak udržet nečinné a pasivní. Pro naši potřebu však využijeme dělení na propagandu bílou, šedou a černou, opět

¹⁴ „Buzzword“ značí hojně využívaný termín, který se používá hlavně proto, protože je aktuálně populární a v módě.

¹⁵ JOWETT, Garth. a Victoria. O'DONNELL. *Propaganda and persuasion*. 2nd ed. Newbury Park, Calif.: Sage Publications, c1992, s. 7. ISBN 978-080-3946-774.

podle autorů Jowetta a O'Donnellové. Toto dělení je založeno na míře povědomí o existenci propagandy mezi příjemci a přesnosti informací v ní obsažených.

Bílá propaganda pochází od zdroje, který je dobře známý. Tento zdroj má tendenci sdělovat informace pravdivě za cílem budování kredibility – snaží se vytvářet v příjemcích pocit, že jde o důvěryhodný zdroj, který má zájem na tom sdělovat pravdu. Tato důvěryhodnost je budována s motivací využít jí v budoucnosti.

Černá propaganda má zdroj naopak utajený, nebo skrytý za falešnou autoritou. Jejím cílem je primárně šířit lži a fabulace. Úspěch takovéto propagandy se odvíjí od ochoty adresáta takové informace přijmout za pravdivé, zpráva tedy musí být uzpůsobena tak, aby přesně zapadala do politicky-kulturního kontextu zamýšleného publika, jinak selže. Typickým příkladem může být například Severní Korea.

Šedá propaganda se nachází někde mezi uvedenými typy. Zdroje bývají pochybné, informace zavádějící. Využívá se třeba k zesměšňování oponentů, například vytrháváním pravdivých informací z kontextu, či překrucováním statistických údajů.

Z těchto tří základních typů je pro tuto práci zásadní koncept propagandy bílé, protože právě tento typ se stal v informačním věku a v kontextu fenoménu *fake news* (u nás ztělesněným “dezinformačními weby”) aplikovatelný a aktuální. Tento model demonstruje oddělení informování od přesvědčování – tedy rozdělení komunikačního procesu mezi tyto dvě síly, zatímco samotná propaganda se nachází někde mezi nimi, a to bez vědomí příjemce. Jinými slovy, bílá propaganda ilustruje proces, kdy se rozmazává hranice mezi informací o skutečnosti a manipulací, a to z velké části díky tomu, že zdroj se tváří jako důvěryhodný, a tedy i zprávy z něj mohou být určitou částí populace vnímány jako pravdivé.

Přesto je pojem propaganda ve svém nejširším smyslu v podstatě jakékoliv vyjádření názoru směrem k širšímu publiku s úmyslem přesvědčit ho o své pravdě – například osvětová kampaň o škodlivých účincích kouření nebo standardní předvolební kampaň. Přestože je o působení propagandy na území České republiky mimo jiné i státními institucemi vnímáno jako reálné (konkrétně ta prokremelská), je tento termín v práci

používán co možná nejméně, právě pro svoji mnohoznačnost. Daleko přesnější a pro tento text vhodnější se jeví termín “dezinformace” (resp. “dezinformační kampaň”), která je často řazena právě pod černou propagandu – a to kvůli netransparentnosti zdroje a využívání nepravdivých informací.¹⁶

2.1.2 Dezinformace

Dezinformace je definována jako “falešná, nekompletní či zavádějící informace, která je předávána, nabízena ke konzumaci či stvrzována jako pravdivá cílovému jedinci, skupině či zemi”.¹⁷ Mají často formu zpráv, které jsou smyšlené a zavádějící, jejich autory jsou zpravidla lidé pracující pro cizí mocnosti. Tyto články jsou různými prostředky protlačovány do veřejného diskurzu, často pomocí uveřejňování v mainstreamových médiích a jejich cílem je nastavovat agendu ve prospěch zadavatele (v tomto kontextu tedy cizí mocnost).¹⁸ Dezinformace může mít podobu písemnou, ústní ale třeba i jako audio či video montáž. Od “misinformace” se dezinformace liší přítomností intence – misinformace je informace, která je lživá nezáměrně (např. špatnými daty, omylem apod.), tedy je blíže pojmu nepravda.¹⁹ “Dezinformační web” je tedy poměrně výstižným označením pro mnou zkoumané subjekty a rozhodl jsem se ho v textu používat.

Pojmem „alternativní médium“ je myšleno médium alternativní k mainstreamovému, v našem případě se tedy jedná spíše o eufemismus k médiu dezinformačnímu – jelikož se práce zabývá kromě mainstreamových už jen těmi dezinformačními, nikoliv alternativní ve smyslu např. zahraniční noviny, tištěné časopisy apod. „Konspirační weby“ chápeme jako podmnožinu dezinformačních – typickým konspiračním webem je například OrgoNet (který publikuje konspirační teorie klasického stříhu, jako je například klimatická zbraň HAARP, chemtrails atd., mimo to ale i v menší míře protizápadní agendu), naproti tomu třeba Bez politické korektnosti je zaměřen pouze na aktuální dění a šíření dezinformací o migrantech, EU, NATO atd. a klasické konspirační teorie se na něm neobjevují.

¹⁶ JOWETT, Garth. a Victoria. O'DONNELL. *Propaganda and persuasion*. 2nd ed. Newbury Park, Calif.: Sage Publications, c1992, s. 23. ISBN 978-080-3946-774.

¹⁷ SHULTZ, Richard H. a Roy GODSON. *Dezinformatsia: active measures in Soviet strategy*. Washington: Pergamon-Brassey's, c1984, s. 41. ISBN 00-803-1574-7.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Dezinformace. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Dezinformace>

Přestože jsem se rozhodl použití termínu propaganda minimalizovat, je tato zevrubná definice důležitá ještě z jednoho důvodu. Model bílé propagandy je jedním z pilířů konceptu Adama Kleina “*information laundering*”, tedy teorie, která vysvětluje, jak se výše definované dezinformace dostávají a šíří veřejným prostorem, jak se legitimizují jako pravdivé a jak společně vytvářejí komplexní ekosystém alternativních informačních zdrojů, ze kterých se šíří extrémistické a nenávistné názory, a které fungují jako protipól politicky korektních mainstreamových médií.

2.2 *Information laundering*

Tato teorie stojí na dvou základních stavebních kamenech – jedním je již zmíněná bílá propaganda, tedy druh propagandy, který úmyslně rozostřuje hranici mezi něčím přesvědčením a objektivní informací. Podle Kleina je právě bílá propaganda ze všech nejnebezpečnější, protože je schopna proniknout do mainstreamových témat a následně jich využít – témata jako jsou například životní prostředí nebo migrace.²⁰ Pokud na propagandistické články koukáme jednotlivě, mohou se čtenáři jevit jako reliabilní, pouze v širším kontextu vychází najevo, že se jedná o navzájem propojený mechanismus dezinformací, který drží pohromadě jeden a ten samý narativ, či světónázor.

Druhým pilířem, vztahujícím se tentokrát přímo na kyberprostor, je koncept akademického a techno-étosu, který popsal Shane Borrowman.²¹ Jedná se o specifické kvality, které pokud internetové zdroje splňují, pak se jeví jako kredibilní. Akademický étos se zaměřuje na spolehlivost zdrojů. Informace v textech pocházejí od “odborníků”, kterými se však může stát v podstatě kdokoliv, popřípadě údaje pochází ze všelijakých výzkumných center, univerzit, či od blíže nespecifikovaných „vědců“. Citace “experta na problematiku” dodá důvěryhodnost nejen samotnému článku, ale i celému webu, na kterém se nachází, a je ve výsledku jedno, zda daný odborný zdroj vůbec existuje. Techno-étos (pro online prostředí typický) je v podstatě důvěryhodnost webu založená na jeho

²⁰ KLEIN, Adam. Slipping Racism into the Mainstream: A Theory of Information Laundering. *Communication Theory* [online]. 2012, **22**(4), 427-448 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1111/j.1468-2885.2012.01415.x. ISSN 10503293. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/j.1468-2885.2012.01415.x>

²¹ BORROWMAN, Shane. Critical Surfing: olocaust Denial and Credibility on the Web. *College Teaching* [online]. Taylor & Francis, 1999, **47**(No. 2), 44-47 [cit. 2017-12-02].

technických a estetických kvalitách. Člověk má totiž tendenci věřit spíše informacím z webu, který má hezký design, kvalitní uživatelské rozhraní a technické parametry, v ideálním případě napodobuje vzhled mainstreamových zpravodajských webů – vytvořit takovou stránku však dnes není žádný problém, minimálně to není něco, co by se za nevelké peníze nedalo koupit.

Výše zmíněné techniky, které propagandisté mohou použít a také úmyslně používají, tvoří však jen část příčin úspěchu dezinformačních webů. Podstatou teorie *information laundering* je však způsob, jakým se čtenář k informacím z takových webů v první řadě vůbec dostane a tím je faktor, který Klein nazývá “informační dálnice”. “ V kyberprostoru jsou cesty k falešným znalostem a propagandě stejné jako ty, které vedou k legitimním a důvěryhodným zdrojům.”²² Klein vyjmenovává 4 takové základní cesty, kterými se uživatel k nepravdivým informacím dostane (i jak se o těchto webech na počátku dozví).

- *Vyhledávače* – internetové vyhledávače jsou zpravidla to první, kam se uživatel na internetu podívá, vyhledávače jsou branou k informacím a to, jaké výsledky uživatelům ukáže jako první, je naprosto zásadní při formování jeho názorů.
- *Zpravodajství* – dezinformační weby napodobují vzhled a do jisté míry i obsah mainstreamových zpravodajských serverů, ty jsou tak pro nezkušeného uživatele nerozeznatelné. Povědomí o nich se paradoxně šíří i skrze mainstreamová média už jen tím, že jim věnují svou pozornost.
- *Blogosféra* – blogy jsou podle Kleina “nejšedivější informační oblastí v kyberprostoru”.²³ Je to místo, kde uživatelé sdílejí svá přesvědčení a pocity, kde se střetávají různé perspektivy a tvoří názory. Blogy často plní lidé s vyhraněným názorem a potřebou jej sdílet, lidé přesvědčení o své pravdě a bez jakýchkoliv nároků na ověřování faktů. K blogům navíc vede podobně stejně dlouhá cesta jako k článkům splňujícím novinářská kritéria.

²² KLEIN, Adam. Slipping Racism into the Mainstream: A Theory of Information Laundering. *Communication Theory* [online]. 2012, **22**(4), s. 435 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1111/j.1468-2885.2012.01415.x. ISSN 10503293. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/j.1468-2885.2012.01415.x>

²³ KLEIN, Adam. Slipping Racism into the Mainstream: A Theory of Information Laundering. *Communication Theory* [online]. 2012, **22**(4), s. 440 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1111/j.1468-2885.2012.01415.x. ISSN 10503293. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/j.1468-2885.2012.01415.x>

- *Sociální sítě* – sociální sítě jsou posledním krokem “mainstreamizace”. Sebevícе kontroverzní obsah se objevuje na stejné úrovni jako seriózní zpravodajství, domény dezinformačních webů se objevují bok po boku zavedených a spolehlivých značek na konvenčních a neutrálních doménách jako je FB, či Twitter.

Adam Klein se snažil touto teorií popsat primárně šíření xenofobních a rasistických názorů kyberprostorem a prosakování dříve nevídaných “*far-right*”²⁴ perspektiv do mainstreamových médií ve Spojených státech. Základním předpokladem ale je, že jí lze aplikovat i na jiné antisystémové jevy, v případě této diplomové práce právě na problematiku *fake news* a dezinformačních webů, potažmo prokremelskou propagandu. V jistém smyslu se v obou případech jedná jen o různé podoby konspiračních teorií.

Alternativní a často extrémistické postoje byly vždy spíše okrajovým jevem, na nějž se většinová společnost dívala minimálně se silnými pochybnostmi. Využitím konkrétních prostředků, jaké internet nabízí, se názory, které dříve byly společensky zcela nepřijatelné, čím dál tím více dostávají do veřejné debaty a dochází k jakési normalizaci extrémismu. Lživé či xenofobní články jsou přimíchávány do proudu informací, jež soustavně proudí uživatelům na obrazovkách, a tím ztrácí, nebo alespoň zakrývají svoji závadnost. Tento mechanismus Klein nazval “*information laundering*” a analogie s praním špinavých peněz proces legitimizace dezinformací vystihuje poměrně dobře.

2.3 Sociálně psychologické vlivy

Rozmach konspiračních či dezinformačních webů má nejen technicistní a systémové příčiny, jako jsou algoritmy sociálních sítí či personalizace vyhledávačů. Sílicí fenomén *fake news* a rostoucí důvěra lživým informacím navzdory jejich snadné vyvrátitelnosti, nelze vysvětlit pouze na základě obliby sociálních sítí a mechanismů, které nabízejí. Navíc, konspirační teorie kolovaly mezi lidmi odněpaměti, tedy dávno před nástupem internetu, natož sociálních sítí. Existuje mnoho sociálně-psychologických jevů, kterými se snaží vědci tento fenomén vysvětlit. Já zde představím pouze několik málo nejdůležitějších kognitivních zkreslení, přičemž jsem přesvědčen, že k vysvětlení problematiky přispívají všechny z nich určitým dílem společně, nikoliv jako jednotlivé mechanismy.

²⁴ „Far-right“ je anglické označení pro krajní pravici, tedy ideologie založená na autoritářství, rasismu a nacionalismu

2.3.1 Kognitivní zkreslení

Konfirmační zkreslení – toto kognitivní zkreslení popisuje jev, kdy si lidský mozek neutváří názory na základě přijímání objektivních faktů, naopak z nich vybírá selektivně a to tak, že upřednostňuje informace, které zapadají do jeho již utvořeného vidění světa, a naopak ignoruje ty informace, které do jeho přesvědčení nezapadají. Dochází tak k chybnému vnímání okolí a k nesprávnému uvažování – člověk nejedná na základě objektivních faktů, tudíž nejedná racionálně. Toto zkreslení se vztahuje i na paměť (jedinec si spíše pamatuje informace, které potvrzují jeho domněnky, nikoliv ty, které je vyvrací), ale i na oblíbenost zdrojů, což je pro tuto práci nejrelevantnější. Lidé obecně více a raději konzumují zdroje, které jim konvenují.²⁵

Dezinformační efekt – Tento jev souvisí s fungováním dlouhodobé paměti, respektive její nespolehlivostí. Bylo zjištěno, že vzpomínka na nějakou událost se může měnit podle toho, jak jsou ohledně ní kladeny otázky.²⁶²⁷ Dva různí lidé si vybaví tutéž situaci různě, podle toho, jakým zavádějícím informacím byli mezi událostí a dotazy na ní vystaveni. Jinak řečeno, například návodnými otázkami nebo otázkami zahrnující i nepravdivé informace, je možné do jisté míry vzpomínky pozměnit. Jedinci si jednoduše mohou pamatovat něco, čemu nikdy nebyli svědky, stačí že jsou v mezičase nepravdivým informacím vystaveni.

Kognitivní disonance – Tento pojem označuje stav, kdy je postoj, světonázor či víra člověka a reálný stav věcí v rozporu, čímž dochází k vnitřnímu pnutí a nutnosti tento stav vyrovnat. Změna dlouho budovaného postoje je však velmi náročný a dlouhý proces, který je jen málokdo ochotný podstoupit, jedinec se tedy častěji uchyluje ke změně kognitivních struktur. Jinak řečeno, kvůli své psychické stabilitě člověk přirozeně popírá nebo jinak integruje informace, které nejsou v souladu s jeho představou o světě. Ta je totiž velmi

²⁵ ANDERSON, Craig A., Mark R. LEPPER a Lee ROSS. Perseverance of Social Theories: The Role of Explanation in the Persistence of Discredited Information. *Journal of Personality and Psychology*. 1980, **39**(No. 6), 1037-1049.

²⁶ LOFTUS, Elizabeth F. a John C. PALMER. Reconstruction of automobile destruction: An example of the interaction between language and memory. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior* [online]. 1974, **13**(5), 585-589 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1016/S0022-5371(74)80011-3. ISSN 00225371. Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0022537174800113>

²⁷ CHERRY, Kendra. The Misinformation Effect and False Memories. *VeryWell* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.verywell.com/cognitive-biases-distort-thinking-2794763>

úzce spojena s jeho vlastní identitou a informace, které do této představy nepasují, jsou vnímány jako nepříjemné a nežádoucí.

Sleeper effect – Tento koncept popisuje způsob, jakým se idea nebo sdělení, které obsahuje určitou míru “znehodnocujícího činitele”, například nedůvěryhodnost zdroje, stává s časem pro příjemce přesvědčivější. A to tak, že sdělení samotné v paměti přetrvává, ale na jeho původní zdroj jedinec časem zapomene. Proto člověk v konfrontaci s nepravdivou nebo zavádějící informací zprvu nijak své postoje nemění, nicméně je dokázáno, že takovýto závadný druh informací může mít efekt až s delším odstupem.²⁸

2.3.2 Sociální vlivy

Kromě těchto kognitivních zkreslení má vliv na víru v konspirace i sociální prostředí. Jak bude ukázáno v dalších kapitolách, daleko větší tendenci k čerpání a následně šíření informací z dezinformačních webů mají například lidé starší a s nižším vzděláním. Jedná se spíše o lidi zásadně nespokojené se stávajícím politickou situací, a i proto volící antisystémové a populistické strany, jejichž elektorát se s čtenáři dezinformačních webů do značné míry překrývá. Pocit zoufalství a nedůvěry v současný establishment (tedy nejen politiky, ale třeba i novináře, a tedy mainstreamová média) v nich může vyvolat potřebu po vyhledávání různých zázračných a mnohdy nepravděpodobných příběhů – často právě konspiračních teorií (což jen potvrzuje tezi, že námi zkoumané stránky není zcela korektní označovat jako “proruské”, ale spíše jako “antisystémové”, či právě dezinformační).

K výše popsanému došli i Graeupner a kol. z Princetonské univerzity.²⁹ Jejich experimenty naznačují, že konspiračním teoriím daleko více podléhají lidé, kteří se cítí být sociálně vyloučení. Je to mimo jiné pokusem o vyjádření touhy dát světu a svému životu nějaký smysl. Víra v některé alternativní narativy je navíc i svým způsobem začlenění se

²⁸ KUMKALE, G. Tarcan a Dolores ALBARRACÍN. The Sleeper Effect in Persuasion: A Meta-Analytic Review. *Psychological Bulletin* [online]. 2004, **130**(1), 143-172 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1037/0033-2909.130.1.143. ISSN 1939-1455. Dostupné z: <http://doi.apa.org/getdoi.cfm?doi=10.1037/0033-2909.130.1.143>

²⁹ GRAEUPNER, Damaris a Alin COMAN. The dark side of meaning-making: How social exclusion leads to superstitious thinking. *Journal of Experimental Social Psychology* [online]. 2017, **69**, 218-222 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1016/j.jesp.2016.10.003. ISSN 00221031. Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0022103116304711>

do určité komunity, což může být další podvědomou motivací. Lze tedy říci, že cestu k alternativním zdrojům informací do značné míry vyvolávají emoce a psychologické jevy, spíše nežli naprostý nedostatek racionality. Další důležitou roli také hraje věk – velká část čtenářů dezinformačních webů jsou z věkové skupiny 45+, což se dá mimo jiné spojit i s nižší mediální gramotností v této kohortě.³⁰

Mediální gramotností je v tomto smyslu myšlena i schopnost rozpoznat pravdivé zprávy od těch lživých nebo manipulativních. Co se týče vzdělání, lživým zprávám sice daleko méně podléhají lidé vzdělaní, nicméně výuka mediální gramotnosti jako takové je v současném českém školství zcela nedostatečná a nesystematická.³¹ Ověřování článků z více zdrojů je pracné a časově náročné a schopnost rozlišovat pravdivé od zmanipulovaného je nízká. Například experiment³², který testoval schopnost lidí rozeznat fotografie, které byly digitálně upravené, od těch neupravených, dopadl poměrně nelichotivě – pouze 65 % upravených bylo odhaleno, pouze 58 % těch neupravených bylo správně označeno jako neupravené. Takový poměr se téměř blíží náhodnému výběru 50/50.

Kromě výše popsaných psychologických vlivů existuje však ještě další sociologicko-psychologický fenomén, pro který jsem vyhradil samostatnou kapitolu. Jedná se o stále častěji skloňovaný jev tzv. “*echo chambers*” a jeho aktuálnost a důležitost silně umocňují algoritmy sociálních sítí jako je FB, což je pro tuto práci naprosto zásadní. V následující kapitole je tento koncept představen teoreticky, v praktické části se pokusím existenci těchto “*bublin*” dokázat na základě stažených dat.

³⁰ ŠTASTNÁ, Lucie. *Mediální gramotnost v kontextu občanského vzdělávání: Podkladový materiál pro kulatý stůl Národního konventu o EU* [online]. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, 2017 [cit. 2017-12-03].

Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Lucie_Stastna3/publication/317427919_Media_Literacy_in_the_Context_of_Civic_Education_Mediální_gramotnost_v_kontextu_obcanskeho_vzdelavani/links/593a70fea6fdcc58aeb068a4/Media-Literacy-in-the-Context-of-Civic-Education-Mediální-gramotnost-v-kontextu-obcanskeho-vzdelavani.pdf

³¹ Výuka mediální výchovy na středních školách. *Jeden svět na školách* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://www.jsns.cz/nove/pdf/6517001_medialni_vychova_zprava_final.pdf

³² NIGHTINGALE, Sophie J., Kimberley A. WADE a Derrick G. WATSON. Can people identify original and manipulated photos of real-world scenes? *Cognitive Research: Principles and Implications* [online]. 2017, 2(1), - [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1186/s41235-017-0067-2. ISSN 2365-7464. Dostupné z: <http://cognitiveresearchjournal.springeropen.com/articles/10.1186/s41235-017-0067-2>

2.3.3 Echo chambers

Člověk má přirozenou potřebu navazovat a rozvíjet vztahy s ostatními a vyvářet komunikační vazby s lidmi podobnými jako jsou oni samotní. Toto je základní předpoklad pro koncept zvaný homofilie, tedy vzorec v lidském chování, jehož základní princip je takový, že existence kontaktů s podobnými lidmi je pravděpodobnější než kontakt s lidmi méně podobnými.³³ Jinými slovy řečeno, skupiny, které si kolem sebe přirozeně vytváříme, bývají velice homogenní – jsou plné navzájem si velice podobných lidí – a to jak z hlediska věku, vzdělání, sociálního statusu, tak i například koníčků, postojů a názorů. V prostředí sociálních sítí to znamená značně usnadněné shromažďování lidí kolem stejných zájmů, světonázorů a narativů.³⁴

V rámci sociální sítě FB obklopování se lidmi se stejnými názory (tedy mít takové lidi „v přátelích“) má pak zásadní vliv na obsah, který se lidem zobrazuje. Jak zjistili Bakshy a kol. (provádějících výzkum na více než 10 milionech amerických uživatelů FB)³⁵, lidé celkem nepřekvapivě daleko častěji klikají na články od zdrojů z jejich části politického spektra (liberálové více Huffington Post, konzervativci více Fox News atd.) a naopak jen minimálně rozklikávají články z opačného ideologického tábora. Ovšem to, které články a zdroje se uživatelům zobrazují je dle výzkumu v daleko větší míře ovlivněno sítí přátel nežli samotnými algoritmy FB. Jinými slovy, reálné sociální vazby založené na principu homofilie mají větší vliv na utváření mínění jedince nežli mechanismy samotných online platform. Jde tedy o jev vycházející z reálného světa, ovšem sociální sítě jako je FB celý efekt amplifikují.

To má ovšem dalekosáhlé důsledky. Jedinec je například v daleko menší míře konfrontován s opačnými názory, protože se přirozeně obklopuje spíše lidmi, u nichž je vyšší pravděpodobnost, že s ním budou v jeho názorech souhlasit. Na nebezpečí, která

³³ MCPHERSON, Miller, Lynn SMITH-LOVIN a James M COOK. Birds of a Feather: Homophily in Social Networks. *Annual Review of Sociology* [online]. 2001, **27**(1), 415-444 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1146/annurev.soc.27.1.415. ISSN 0360-0572. Dostupné z:

<http://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev.soc.27.1.415>

³⁴ BESSI, Alessandro, Mauro COLETTI, George Alexandru DAVIDESCU, Antonio SCALA, Guido CALDARELLI, Walter QUATTROCIOCHI a Frederic AMBLARD. Science vs Conspiracy: Collective Narratives in the Age of Misinformation. *PLOS ONE* [online]. 2015, **10**(2), e0118093- [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1371/journal.pone.0118093. ISSN 1932-6203. Dostupné z:

<http://dx.plos.org/10.1371/journal.pone.0118093>

³⁵ BAKSHY, E., S. MESSING a L. A. ADAMIC. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science* [online]. 2015, **348**(6239), 1130-1132 [cit. 2017-12-12]. DOI: 10.1126/science.aaa1160. ISSN 0036-8075. Dostupné z: <http://www.sciencemag.org/cgi/doi/10.1126/science.aaa1160>

tento fenomén skýtá, až do své smrti upozorňoval například i sociolog Zygmund Bauman: “Pomocí nových technologií nejraději komunikujeme tak, abychom si upevnili názory, které už máme. Bavíme se s lidmi, kteří s námi souhlasí, ne s těmi, kteří s námi argumentují nebo nás vyzývají ke změně. To rozhodně pomáhá našemu sebevědomí. Zóně pohodlí někdy také říkám „*echo chamber*“. To jediné, co slyšíte, je ozvěna toho, co sami říkáte.”³⁶

Internetové vyhledávače a sociální sítě však navíc přináší mechanismy, které uživatele segregují strojově sami – na základě podrobného sledování chování na internetu personalizuje obsah a dělí jedince do skupin, které jsou tak daleko lépe zacílitelné pro reklamu. Člověk je tak v konečném důsledku obklopen primárně obsahem, který mu je příjemný a se kterým s největší pravděpodobností bude souhlasit. Provozovatelům, jako jsou Google či Facebook, plyne zisk v drtivé většině z prodeje reklam. Z tohoto důvodu je tedy nutné udržet návštěvníka na stránce co nejdéle, proto je potřeba mu pobyt co nejvíce zpříjemnit. Obsah webových stránek “šitý na míru” každému uživateli má nepochybně obrovské množství výhod – orientace v takovém prostředí je rychlá, snadná a pohodlná. Nicméně následky takové informační uzavřenosti mohou být dalekosáhlé.

2.3.3.1 Filter bubbles

Jakýmsi poddruhem *echo chamber* je poněkud specifitější “*filter bubble*” – zatímco *echo chamber* je koncept starší a zahrnuje spíše lidi, kterými se přirozeně obklopujeme, *filter bubble* se zaměřuje přímo na nebezpečí personalizovaného obsahu. Na základě historie vyhledávání dvěma různými lidmi vyhledávač může nabídnout dva zcela jiné výsledky. Člověk pravicového smýšlení se jen těžko dostane nezáměrně k levicovým autorům. V extrémním případě se před volbami nemusí jedinec dostat k volebnímu programu strany z druhé strany spektra – vyhledávače mu je jednoduše neukáží. Jak uvádí Pariser ve své knize: „...personální filtry napomáhají svého druhu neviditelné auto propagandě, indoktrinují nás našimi vlastními představami, posilují naši touhu po věcech, které známe, a činí nás netečnými vůči hrozbám, jež číhají v temné sféře neznámého.“³⁷

³⁶ Migranti jsou pro nás poslové špatných zpráv, říká slavný sociolog. In: *Technet.cz* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://technet.idnes.cz/zygmunt-bauman-rozhovor-sociolog-uprchlici-migrace-technologie-modernita-stesti-gjb-/veda.aspx?c=A150826_151023_veda_mla

³⁷ PARISER, Eli. *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. New York: Penguin Press, 2011, s. 15. ISBN 978-159-4203-008.

2.3.3.2 Sociální segregace jako problém

O existenci těchto segregáčnho principů se obecně nepochybuje, jejich konkrétní důsledky jsou však stále objektem zkoumání – s příchodem sociálních sítí vytanulo na povrch mnoho nezanedbatelných problémů a společenský jev, který měl ještě donedávna spíše neutrální konotace, je dnes považován za velmi kontroverzní. A to z velké části i právě kvůli šíření falešných zpráv. Sociální média fungují na principu relevance, nikoliv pravdivosti. Algoritmická manipulace vytváří velice úrodnou půdu pro šíření nepravd, a tedy i pro politické subjekty, které toho mohou snadno zneužít. "Kredibilita získaná viditelností/popularitou znamená komerční zisk bez ohledu na důsledky. To může v komerční sféře fungovat dobře, ale pokud se podobná logika aplikuje na politiku, výsledky mohou být katastrofální. Jinými slovy, sociální média mohou skutečně fungovat jako prostor pro demokratickou praxi, ale tržní logika a dominance obchodní racionality tento potenciál zmenšily a v mnoha případech tuto funkci zničily."³⁸

V zásadě existují dva přístupy k tomu fenoménu – jedni tvrdí, že se skrze automaticky doporučovaný obsah silně zvětšuje tlak na ideologickou segregaci, což může být zásadní problém vzhledem k tomu, že demokracie je závislá na informovaném voliči vystavovaném různorodým názorům. Na druhé straně stojí teorie, že internet informace demokratizuje, otevírá k nim přístup a uživatelé jsou díky němu daleko více vystavováni různým pohledům na věc. Ovšem výzkum věnující se právě ideologické polarizaci skupin, který fenomén zkoumal na 50 tisících uživatelích a jejich návycích ve čtení zpráv, existenci *echo chambers* potvrdil. "Zjistili jsme, že jednotlivci obecně čtou publikace, které jsou ideologicky velmi podobné, a navíc uživatelé, kteří pravidelně čtou partyzánské články³⁹, jsou téměř výlučně vystaveni pouze jedné straně politického spektra."⁴⁰

³⁸ KHOSRAVINIK, Majid. Right Wing Populism in the West: Social Media Discourse and Echo Chambers. *Insight Turkey* [online]. 2017, **19**(3), - [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.25253/99.2017193.04. ISSN 1302177x. Dostupné z: <http://insightturkey.com/>

³⁹ Jako „partyzánské“ články či weby jsou ve Spojených státech označovány takové, které šíří extrémistický a nenávistný obsah, zpravidla krajně pravicový

⁴⁰ FLAXMAN, Seth, Sharad GOEL a Justin M. RAO. Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption. *Public Opinion Quarterly* [online]. 2016, **80**(S1), 298-320 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1093/poq/nfw006. ISSN 0033-362x. Dostupné z: <https://academic.oup.com/poq/article-lookup/doi/10.1093/poq/nfw006>

2.4 Krize médií

2.4.1 Pokles důvěry

Jak již bylo řečeno, ohromný vzestup *fake news* má více příčin. Kromě těch výše zmíněných, mezi ty nejzávažnější a dlouhodobé bezesporu patří již několik let strmě se propadající důvěra lidí v tradiční média, jako jsou televize či rádio, nejvíce pak tisk. Podle výzkumu Reuters Institute for the Study of Journalism⁴¹ v ČR věří médiím pouhých 32 % populace a nic nenaznačuje, že by se měl tento trend zastavit. Netýká se to však jen ČR, která v žebříčku sice patří mezi nejnedůvěřivější (30. Místo z 38 zkoumaných zemí)⁴², krizí důvěry v mainstreamová média ale prochází téměř všechny země v euroatlantickém prostoru. Podle výzkumu se nedůvěra v média zvětšuje s mírou politické polarizace uvnitř daného státu (nejvyšší důvěra panuje ve Skandinávii, nejnižší je v Řecku – pouhých 29 %).

Z výzkumu CVVM⁴³, který porovnával vztah respondentů k médiím v roce 2004 a 2016, a který nedůvěru dvou třetin obyvatel v média potvrzuje, mimo jiné vyplývá, že největší nárůst nedůvěry se odehrává mezi mladými lidmi (18-24) a mezi lidmi s nejnižším dosaženým formálním vzděláním. Novináři pracující pro média hlavního proudu, tedy média nejčtenější/nejsledovanější, jsou vnímáni jako součást establishmentu, tedy jako ti, kdo stojí na straně zkorumpovaných politiků a chránící jejich zájmy. „Nedůvěra ke zpravodajským médiím a jejich žurnalistům stoupá zvláště v nejvyspělejších zemích s rozvinutou demokracií, v zemích euroamerické civilizace, kde média a jejich novináři ztrácejí pozici advokátů potřebných a strážců demokracie, a kde dochází ke stále masivnějšímu zneužívání médií k ostré polarizaci společnosti.“⁴⁴

⁴¹ ŠTĚTKA, Václav. Digital News Report: Czech republic. *Reuters Institute Digital News Report 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/czech-republic-2017/>

⁴² *Overview and Key Findings of the 2017 Report* [online]. Reuters Institute Digital News, 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/overview-key-findings-2017/>

⁴³ BOČEK, Jan. Studie: Důvěra v média je rekordně nízká. Nevěří jim mladí dospělí nebo voliči levice. In: *Český rozhlas* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://interaktivni.rozhlas.cz/duvera-mediim/>

⁴⁴ MORAVEC, Václav, Marína URBÁNIKOVÁ a Jaromír VOLEK. Žurnalisté ve stínu nedůvěry: K některým příčinám klesající důvěryhodnosti českých novinářů. In Dana Petranová, Juliána Mináriková, Dáša Mendelová. *Megatrendy & médiá 2016. Kritika v médiách, kritika médií II*. Trnava: Fakulta masmediálnej komunikácie UCM v Trnave, 2016. s. 82-122, 41 s. ISBN 978-80-8105-798-4.

2.4.2 Ekonomická situace

Další ranou tištěným mainstreamovým médiím je jejich ekonomická situace. K poklesu důvěry se znenadání přidala ekonomická krize v roce 2008, která znamenala rozsáhlé škrty, odliv inzerentů a v konečném důsledku i prudký propad tištěného nákladu. Deníky musely začít šetřit, redakce se zmenšily a obsah se začal přesouvat do online prostředí. To s sebou přirozeně neslo zásadní změnu stylu práce novinářů. Mimo jiné zásadním způsobem ubylo zahraničních reportérů, kteří stojí nemalé finanční prostředky. Noviny tak často mají informace o dění v zahraničí pouze z druhé ruky – ze zahraničních titulů nebo z tiskových agentur.⁴⁵ Například Česká Tisková Kancelář v tomto směru hraje zásadní roli informačního gatekeepera. Pokud chybí novináři přímo na místě dění, média nemohou přejímané informace nikterak ověřit a jedinou možností tak je jim prostě věřit.

2.4.3 Churnalism

Celý dlouhotrvající problém médií podrobně popsal i britský novinář píšící mimo jiné třeba pro The Guardian Nick Davies ve své knize Flat Earth News. Podle něho problém začíná už u majitelů mediálních domů, kteří se řídí dvěma základními komerčními principy: tlačí na snížení nákladů a zároveň na zvýšení zisků (potažmo redakčního výkonu). A to i skrze zredukování množství přímých zdrojů informací. S nástupem online médií se přidal i imperativ rychlosti. Mizí přímý kontakt reportéra a samotného příběhu, stává se z něho pouhý zpracovatel jakýchkoliv informací, které k němu přijdou, ať už jsou pravdivé, či nikoliv. Tento druh žurnalistiky, ve kterém novinář rezignuje na základní funkce, které by měl jako novinář vykonávat, se označuje jako “churnalism”.⁴⁶ Prázdný prostor po autorském obsahu vyplňuje PR ať již soukromých firem, tak politických subjektů (a někdy i obojího najednou): “Práce ve zpravodajské továrně, bez času na kontrolu, bez možnosti jít ven a kontaktovat aktéry a nalézt vodítka, reportéři jsou redukováni na “churnalisty”, na pasivní procesory materiálu, který pro ně ve veliké míře bývá dodáván třetími stranami, zejména tiskovými agenturami anebo PR.”⁴⁷

⁴⁵ PAVLIK, John. The Impact of Technology on Journalism. *Journalism Studies* [online]. 2000, 1(2), 229-237 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1080/14616700050028226. ISSN 1461-670x. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616700050028226>

⁴⁶ Churnalism. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://en.wikipedia.org/wiki/Churnalism>

⁴⁷ DAVIES, Nick. *Flat Earth news: an award-winning reporter exposes falsehood, distortion and propaganda in the global media*. London: Vintage Books, 2009, s. 73. ISBN 978-009-9512-684.

2.4.4 Přechod na online

Přechod na online byl jen přirozeným a nutným vývojem. Již několik let po sobě klesá počet předplatitelů tištěných periodik⁴⁸ a internetové zpravodajství převzalo štafetu nejvýznamnějšího zdroje informací. Nejen že je dostupné všude a hned, ale navíc je zadarmo. Zpočátku se do internetového zpravodajství primárně překlápěly texty z tištěných médií, teprve poté postupně začaly vznikat články přímo pro online a tvůrci začali využívat možností, jež toto médium umožňuje – použití audio/video, aktualizovatelné články, nelineární síťové propojení textů atd.

Nezanedbatelnou novinkou se stala i interaktivita – zapojování čtenářů ať už formou diskuzí pod články tak například zakládáním vlastních blogů. Samotní čtenáři se tak v internetovém prostředí stali producenty zpráv (ve smyslu zpravování ostatních o něčem), avšak bez jakéhokoliv nutnosti dodržovat novinářský kodex. Informace tak zde často produkuje amatéři a nadšenci jejichž reportování může být silně názorově zaujaté, zavádějící, neověřené či zkrátka nepravdivé.⁴⁹ Tato situace, kdy běžný čtenář zastává roli novináře, může být chápána buď jako demokratizace žurnalistiky, nebo naopak jako její postupná eroze.

V České republice nejprve vznikly zpravodajské servery přidružené ke konkrétním tištěným periodikům, např. nejčtenější iDnes patří do vydavatelství MAFRA (MF DNES), Novinky.cz spadají pod vydavatelství Borgis, a.s. (Deník Právo) atd. Jako první čistě online deník v Česku vzniklo Aktuálně.cz. Většina těchto webů je zdarma, a ty, jež jsou online mutací tištěného média i do značné míry jejich obsah kopírují. I toto jsou příčiny velkého problému českého mediálního prostředí, tedy výrazná neochota Čechů za noviny platit – za online zpravodajství platí 8 % dospělé populace⁵⁰ (k tomuto kroku se odhodlala

⁴⁸ Čtenost deníků: Na čele Blesk, Právo je třetí. *MediaGuru.cz* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/05/ctenost-deniku-na-cele-blesk-pravo-je-treti/>

⁴⁹ DOWNIE, Leonard a Michael SCHUDSON. The Reconstruction of American Journalism. *Columbia Journalism Review: The voice of journalism* [online]. 2009 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: http://archives.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php

⁵⁰ ŠTĚTKA, Václav. Digital News Report: Czech republic. *Reuters Institute Digital News Report 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/czech-republic-2017/>

například internetová mutace Hospodářských novin iHned.cz, který části svých textů zpoplatnil), čímž se řadíme mezi poslední země v celé Evropě.

2.4.5 Novináři v době internetu

Pokud tedy smícháme faktory jako je přechod značné části čtenářů na online zpravodajství, pokles předplatitelů, a tedy i tištěného nákladu periodik a odliv inzerentů, neochota za online obsah platit, dostávají se česká média do začarovaného kruhu – jejich nepříznivá ekonomická situace je nutí snižovat výdaje, což v konečném důsledku často znamená i snížení kvality obsahu. Investigativní a analytická žurnalistika stojí nesrovnatelně více peněz a vyžaduje daleko více času, než generování online obsahu formou kopírování tiskových zpráv či přejímání článků z jiných zdrojů.⁵¹

I práce novinářů se v tomto nepříliš příznivém prostředí nutně musela změnit – kvůli nárokům mít co nejčerstvější informace a být za každou cenu první, kdo informaci zveřejní, je v mnoha redakcích internetového zpravodajství silný tlak na to upřednostňovat kvantitu nad kvalitou. V reálu se tak formuje silně kompetitivní prostředí, ve kterém ten, kdo přijde se zprávou jako první, zpravidla posbírá nejvíce čtenářů, tedy i nejvíce prokliků a návštěv na svém webu, což znamená i nejvyšší příjem z online reklamy. To vede k tendenci editorů například bulvarizovat titulky, ale především vydávat články ihned a bez hlubšího ověřování.⁵² To neodvratně vede i k vyšší faktické chybovosti článků a dalšímu odlivu čtenářů.

Výše citovaný Nick Davies k této praxi, s jistou dávkou cynismu, představuje deset základních pravidel, kterými by se měl novodobý “churnalista” řídit. Mezi pravidly na snížení nákladů tak najdeme například zaměření se hlavně na laciné příběhy (rychle napsané a nezávadné), vyhýbání se psaní o mocných lidech či kontroverzních tématech, či v případě publikování ne úplně nezávadných informací vždy jako pojistku alespoň naoko dávat prostor i druhé straně. Pravidla na zvýšení příjmů jsou například vybírat jenom

⁵¹ HALLIN, Daniel C. Neoliberalism, Social Movements and Change in Media Systems in the Late Twentieth Century. In: HESMONDHALGH, David a Jason TOYNBEE. *The Media and Social Theory*. Abingdon: Routledge. Hands, Joss, 2010, s. 43-58. ISBN 978-0415448000.

⁵² SILVERMAN, Craig. *Lies, Damn Lies and Viral Content* [online]. New York: Tow Center for Digital Journalism, 2015 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.7916/D8Q81RHH. Dostupné z: https://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_Silverman_TowCenter.pdf

témata, o kterých lidé chtějí slyšet, psát o skutečnostech zaujatě a tak, jak to vidí i jejich čtenáři, psát o tom, o čem píší i všichni ostatní (i když to postrádá jakoukoliv nadhodnotu) nebo se vždy svést na morální panice a náladách ve společnosti.⁵³ Kniha byla vydána v roce 2009, přesto těchto deset pravidel, s určitou mírou nadsázky, poměrně dobře vystihuje nejen to, proč se podle mnohých dostala mediální scéna do krize, ale i proč se tak snadno a masivně šíří internetem nepravdy a fabulace.

Snižující se kvalita žurnalistiky, přechod na online a pokles důvěry v mainstreamová média je už jen krůček od stavu, kdy čtenář zavrhuje etablované zdroje s tím, že “dnes už se nedá věřit ničemu”. Takovýto stav médií vytváří velice úrodnou půdu pro vznik “alternativních médií”, tedy webových stránek, které o sobě hlásají, že nejsou pod vlivem politických struktur a píší věci “tak jak jsou”. Jejich redakce je zpravidla neznámá, zdroje značně pochybné a informace v nich většinou nejsou nijak verifikovatelné. Nicméně to jim v žádném případě neubírá na schopnosti ovlivňovat veřejné mínění a ve výsledku i politické dění. Zlomovým bodem se v tomto smyslu stala především prezidentská volba v USA roku 2016 (a brexit téhož roku), kdy *fake news* naplno projevíly svou ohromnou sílu.

2.5 Fake news jako společenský problém

Takzvané “*hyperpartisan webs*” (tedy něco jako extrémně zaujaté stránky) v USA existují už nějakou dobu, v předvolebním období však významně zvýšily svoji aktivitu. Analytik Craig Silverman se svým týmem z (mimo jiné) zpravodajského serveru BuzzFeed, v tomto období sledoval celý jeden týden všechny příspěvky vybraných mainstreamových webů, a z webů silně levicových i pravicových. U všech příspěvků hodnotil i jejich faktickou správnost. Podle očekávání mainstreamová média v drtivé většině (94,8 %) informovaly “převážně pravdivě”, zprávy z alternativních webů byly převážně pravdivé jen přibližně z poloviny, přičemž “zcela lživé” zprávy publikovaly servery z obou stran spektra, ty pravicové o něco více. A tyto zcela lživé příspěvky neměly jen okrajový dosah, naopak se staly těmi s dosahem největším.⁵⁴

⁵³ DAVIES, Nick. *Flat Earth news: an award-winning reporter exposes falsehood, distortion and propaganda in the global media*. London: Vintage Books, 2009, s. 73. ISBN 978-009-9512-684.

⁵⁴ SILVERMAN, Craig, Lauren STRAPAGIEL, Hamza SHABAN, Ellie HALL a Jeremy SINGER-VINE. *Hyperpartisan Facebook Pages Are Publishing False And Misleading Information At An Alarming Rate*. *BuzzFeed.com* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z:

Ve známější analýze⁵⁵ Silverman dále zjistil, že 20 nejsdílenějších falešných zpráv v období před americkými volbami celkově získalo větší počet interakcí na FB než stejný počet zpráv pocházejících z 19 seriózních a zavedených titulů dohromady, mezi nimiž jsou například The New York Times, Washington Post, CNN a další, přičemž 17 zpráv z pochybných serverů silně stranila právě Trumpovi (resp. vznášela proti Clintonové lživá obvinění, pomluvy apod.). Článek s nejvíce interakcemi za celý rok, ve kterém papež František vyjadřuje podporu právě Donaldu Trumpovi (což je samozřejmě nepravda), dosáhl téměř jednoho milionu interakcí jenom na FB.

To samo o sobě samozřejmě nedokazuje, že šířené dezinformace a manipulativní články přímo ovlivnily volby, resp. že by bez jejich působení nebyl zvolen Donald Trump, ale naopak Hillary Clintonová – je však prokázána skutečnost, že dezinformace sdíleli v daleko větší míře právě příznivci Trumpa.⁵⁶ V každém případě lze ale říci, že smyšlené zprávy generují signifikantní množství interakcí na sociálních sítích, a tedy nezanedbatelným způsobem zasahují do veřejné diskuze – nelze však přesně určit do jaké míry a jakou silou ovlivňují veřejné mínění, měření něčeho takového je velice problematické.⁵⁷

Navíc samotná analýza provedená BuzzFeedem má pár úskalí – například nezapočítává interakce postů v nativním prostředí FB, tedy samotné statusy, fotografie či videa, ale pouze sdílené články z externích URL. Dále třeba již nerozlišuje mezi interakcemi na sociální síti a samotným rozkliknutím/přečtením článku. Nicméně šíření a následné nasycení prostoru nepravdivými nebo přímo lživými informacemi ilustruje poměrně dobře. Analýza Craiga Silvermana vzbudila nebývalý ohlas. Otevřela se debata o

https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/partisan-fb-pages-analysis?utm_term=.lkyYLL40m6#.qkGj774kqm

⁵⁵ SILVERMAN, Craig. This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook. *BuzzFeed.com* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z:

https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.ueVB55Jo0L#.euR866J7Nj

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ ALLCOT, Hunt a Matthew GENTZKOW. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives* [online]. 2017, 31(No. 2), 211-236 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z:

<https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>

síle *fake news* a jejím vlivu na volby, po vlně kritiky se věci vážně začaly zabývat i dvě největší technologické firmy Google a Facebook.⁵⁸

2.5.1 Role sociálních sítí

Problém nebyl jenom to, že lidé ve velkém šířili nepravdy a hoaxy, ale spíše to, že platformy do té doby považované za neutrální, na kterých se tak dělo, byly nastavené tak, že tuto činnost umožňovaly a ohromným způsobem usnadňovaly. O jejich neutralitě se tak dnes (zvláště po amerických prezidentských volbách a brexitu) vášnivě diskutuje, Adrian Chen z *The New Yorker* situaci shrnul takto: “Dnes jsou online dezinformace, *hate speech* a propaganda považovány za přední linii populistického vzestupu ohrožujícího liberální demokracii. Závadný obsah, kterému dříve čelily demokratické instituce, nyní za pomoci nezodpovědných technologických společností prosakuje skrze digitální bariéry. Zastavení přívalu *fake news* se stalo zkouškou, ve které mohou tito digitální giganti dokázat jejich závazek demokracii.”⁵⁹ Jakýkoliv podíl vlivu *fake news* (respektive FB) na volby nejprve jeho zakladatel Mark Zuckerberg odmítal s tím, že je to “*pretty crazy idea*”⁶⁰. Později však svůj postoj změnil a prohlásil “Na problému pracujeme již delší dobu a tuto zodpovědnost bereme velice vážně.”⁶¹

Tím však problémy Facebooku a jeho spojitost se šířením dezinformací neskončily. V roce 2017 vyšlo najevo, že si před prezidentskými volbami neurčité ruské subjekty nakupovaly u FB placenou reklamu v hodnotě asi 150 tisíc amerických dolarů (což mimo jiné ukazuje, že šířit politickou propagandu není nikterak finančně nákladné).⁶² Na tom by

⁵⁸ WINGFIELD, Nick a Katie BENNER. Google and Facebook Take Aim at Fake News Sites. *The New York Times* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z:

<https://www.nytimes.com/2016/11/15/technology/google-will-ban-websites-that-host-fake-news-from-using-its-ad-service.html>

⁵⁹ CHEN, Adrian. The Fake-news Fallacy: Old fights about radio have lessons for new fights about the Internet. *The New Yorker* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z:

<https://www.newyorker.com/magazine/2017/09/04/the-fake-news-fallacy>

⁶⁰ SHONTELL, Alyson. Facebook is being blamed for Trump's election — but Mark Zuckerberg's response is tone deaf. *Business Insider* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z:

<http://www.businessinsider.com/facebook-blamed-trump-election-mark-zuckerberg-response-tone-deaf-2016-11>

⁶¹ ZUCKERBERG, Mark. In: *Facebook.com* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z:

<https://www.facebook.com/zuck/posts/10103269806149061>

⁶² SAMUELSON, Darren. Facebook: Russian-linked accounts bought \$150,000 in ads during 2016 race. *Politico* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.politico.com/story/2017/09/06/facebook-ads-russia-linked-accounts-242401>

nebylo nic až tak alarmujícího, pokud by zadavatelé (bylo jich identifikováno 470) nebyli nepřímou podporou na ruskou vládu a pokud by oněch více než 3 tisíce inzercí nebylo politického charakteru.⁶³ Příspěvky cíleně vypadaly tak, aby polarizovaly společnost, oslabovaly důvěru v média a vládu, vyvolávaly strach z přistěhovalců, či rozdmýchávaly rasovou nenávist.⁶⁴ Tyto placené příspěvky podle odhadů FB vidělo až 10 milionů unikátních uživatelů (podle pozdějších odhadů FB se reklama mohla dostat až ke 126 milionům uživatelů⁶⁵). Seznam reklam byl předán k vyšetřování americkému kongresu, který bude posuzovat, zda došlo k ovlivnění voleb cizí mocností. Facebook slíbil, že bude v budoucnosti inzerenty více prověřovat.

Co se týče prokremelské propagandy, stopa je dále zcela viditelná u serverů typu Russia Today nebo Sputnik. Tyto servery jsou Kremlem přímo financované, a kromě angličtiny vznikají i jejich mutace v lokálních jazycích, a to především tam, kde Ruská federace má, nebo chce mít větší vliv (typicky třeba pobaltské státy).⁶⁶ Dalším fenoménem je existence tzv. “trollů farem”. Finská novinářka Jessika Aro ve svých reportážích rozkryla fungování jedné takové v Petrohradě (ve zkratce je to “firma” placená Ruskou vládou, jejíž zaměstnanci mají za úkol narušovat internetové diskuze a šířit propagandu), za což je jí od té doby vyhrožováno smrtí.⁶⁷ Kromě aktivit s jasným politickým záměrem, které jsou navíc placeny přímo vládou, však existuje celá řada webů, které jsou jednoduše výnosným byznysem. Provozovatelé těchto stránek si vymýšlejí nepravdivé články (nebo zveřejňují senzace bez jakéhokoliv ověření) pro jejich virální potenciál – z návštěv

⁶³ SWAINE, Jon a Luke HARDING. Russia funded Facebook and Twitter investments through Kushner investor. *The Guardian* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://www.theguardian.com/news/2017/nov/05/russia-funded-facebook-twitter-investments-kushner-associate?CMP=Share_iOSApp_Other

⁶⁴ The social media ads Russia wanted Americans to see. *Politico* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.politico.com/story/2017/11/01/social-media-ads-russia-wanted-americans-to-see-244423>

⁶⁵ Politickou reklamu z Ruska zhlédlo na Facebooku přibližně 126 milionů američanů [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://mediahub.cz/komunikace/1054044-politickou-reklamu-z-ruska-zhledlo-zhledlo-na-facebooku-priblizne-126-milionu-americanu>

⁶⁶ KUNDRA, Ondřej. Hlava místo samopalu: Propaganda coby osa nového pojetí mezinárodních konfliktů. *Respekt* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/special/2017/dezinformace/hlava-misto-samopalu>

⁶⁷ HIGGINS, Andrew. Effort to Expose Russia's ‘Troll Army’ Draws Vicious Retaliation. *The New York Times* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2016/05/31/world/europe/russia-finland-nato-trolls.html>

stránek tak inkasují nemalé peníze z inzerce.⁶⁸ Nejznámější je případ Makedonských teenagerů, kteří si takto přivydělávali poměrně velké finance vymyšlením článků o prezidentských kandidátech v USA – jsou autoři například i onoho nejsdílenějšího článku v tomto období o papežově podpoře Donalda Trumpa.⁶⁹

2.6 Situace v ČR

Ani Česká republika se působení *fake news* nevyhnula. Pokud bychom chtěli identifikovat dobu, kdy se problém u nás stal skutečným, dojdeme pravděpodobně k roku 2014, kdy odstartovala tzv. Ukrajinská krize vyústující v anexi Krymu. Geopolitickou scénu následně ještě zhoršila válka v Sýrii a tzv. migrační krize, která započala v roce 2015 a s níž souvisí prudký nárůst xenofobních a extrémistických nálad – v obou těchto událostech bylo zainteresováno Rusko. Přibližně v tomto období (resp. v tom nadcházejícím) dochází k ohromnému rozmachu dezinformačních webů, z nichž se do veřejného prostoru šíří nepravdivé, smyšlené, nenávistné či manipulativní informace.

Pokud přijmeme hypotézu, že se nacházíme v probíhající tzv. hybridní válce (asymetrické, nekonvenční)⁷⁰ s Ruskem, pak primárním cílem těchto webů je manipulovat veřejným míněním, vzbuzovat v cílové populaci pochybnosti o schopnostech její vlastní vlády, či o smysluplnosti euroatlantického spojení a v neposlední řadě šířit dezinformace podporující ruský výklad světa. Na reálnost probíhajícího hybridního konfliktu a její obecnou podobu pravidelně upozorňuje i česká Bezpečnostní informační služba (dále také „BIS“). Toto je výňatek z výroční zprávy BIS za rok 2015 (ve zprávě pro rok 2016 bylo již jen poznamenáno, že ruské vlivové a zpravodajské operace probíhaly podle níže popsanych schémat)⁷¹:

⁶⁸ CHITTUM, Ryan. Audit Notes: BS as business model, Larry Kudlow, Third Way revealed. *Columbia Journalism Review: The voice of journalism* [online]. 2013 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: http://archives.cjr.org/the_audit/audit_notes_bs_as_business_mod.php

⁶⁹ SUBRAMANIAN, Samanth. Inside the Macedonian Fake-news Complex. *Wired.com* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.wired.com/2017/02/veles-macedonia-fake-news/>

⁷⁰ KOFMAN, Michael a Matthew ROJANSKY. A Closer look at Russia's "Hybrid War". *Kennan Cable* [online]. 2015, (7), 8 [cit. 2017-12-10]. Dostupné z: <https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/7-KENNAN%20CABLE-ROJANSKY%20KOFMAN.pdf>

⁷¹ Výroční zpráva Bezpečnostní informační služby za rok 2015. *Bezpečnostní informační služba České republiky* [online]. 2015, s. 9 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.bis.cz/pdf/2015-vz-cz.pdf>

Cílem ruského informačního působení v českém prostoru v roce 2015 bylo zejména:

- oslabení informačního potenciálu země (utajená infiltrace českých médií, internetu a masivní produkce ruské státem řízené distribuce propagandy a dezinformací);
- posilování informační rezistence ruské společnosti (prefabrikované dezinformace z českých zdrojů pro ruské publikum);
- ovlivnění vnímavosti a myšlení českého publika a oslabení vůle společnosti k odporu či konfrontaci (informační a dezinformační zahlcení publika, relativizace pravdy a objektivity, prosazení motta „všichni lžou“);
- vyvolávání či přiživování vnitro-společenských a vnitropolitických tenzí v ČR (zakládání loutkových organizací, skrytá i otevřená podpora populistických či extremistických entit);
- narušování vnitřní soudržnosti a akceschopnosti NATO a EU (pokusy o subverzi česko-polských vztahů, dezinformace a poplašné informace očeňující USA a NATO, dezinformace vytvářející virtuální hrozbu války s Ruskem);
- poškození pověsti Ukrajiny a její mezinárodní izolace (zapojením českých občanů a organizací do Ruskem skrytě řízených vlivových operací na Ukrajině či proti ní).

Toto působení se odehrává z velké části skrze dezinformační weby, a těchto webů existuje v českém prostředí celá řada, přičemž většina z nich má i FB mutaci (na které se zaměřím dále v praktické části). Dezinformační weby se navzájem liší jak obsahem, tak vzhledem a fungováním, co však většinu těchto webů spojuje, je kromě jednotného výkladu světového dění fakt, že informace na nich obsažené nemají žádné ověřitelné zdroje, jejich financování je utajované, autoři textů jsou anonymní. Vytvářejí prostor pro šíření fabulací a ve čtenářích vzbuzují dojem, že nic není pravda a vše je zároveň možné. Dohromady fungují jako alternativní zdroj informací k těm mainstreamovým, a z jejich hlediska “lživým” a politicky korektním médiím hlavního proudu.

Kdo za těmito weby stojí, je velice obtížné zjistit (vzhledem k tomu, že redakce je v drtivé většině neznámá a není nikde uvedena), přesto se několika investigativním novinářům a zpravodajským službám povedlo dosáhnout v tomto ohledu dílčích úspěchů.

BIS tvrdí, že na pozadí jako hlavní hybatel figuruje Ruská federace.⁷² Ne všechny weby však musí být placené přímo Kremlem, některé provozují na vlastní náklady lidé nespokojení se současným politickým uspořádáním. Novinář týdeníku Respekt Ondřej Kundra se pokoušel odhalit financování jednoho z nejznámějších českých dezinformačních webů Aeronet a zjistil, že financování vede skrze síť nastrčených bílých koní, kteří si přeposíláním financí nejen přivydělávají, ale zároveň se tím svou částí podílejí na “boji proti systému”.⁷³ Stopa se Kundrovi ztratila v zahraničí. Pak existují i weby, které především generují zisk z návštěv – mohou ale ovlivňovat veřejnou debatu, aniž by to bylo jejich primárním cílem.

2.6.1 Základní rozdělení dezinformačních webů

Weby můžeme rozdělit nejdříve podle doby vzniku. Například vlajková loď proruských serverů Sputnik (bývalý Hlas Ruska, jako jediný je přiznaně financován Ruskou federací) vznikl v lednu 2015, dá se tedy předpokládat, že se jednalo o přímou reakci na události na Ukrajině. V tomto období také vznikly další zcela nové weby, jako např. Lajkit, Česko aktuálně nebo Megazine, případně se již déle existující weby zaktivizovaly, jako například InfoWars. Je však celá řada webů, které na českém internetu existovaly mnoho let předtím, měla ovšem do značné míry jiný obsah – převážně se jednalo o konspirace všeho druhu. Mezi nejstarší konspirační weby patří například Osud (1999), Zvědavce (1999), či NWO a OrgoNet (vznik 2008). Tyto stálice českého internetu byly až donedávna plněny ryzími konspiračními teoriemi (ilumináti, chemtrails, HAARP, dutá Zeměkoule apod.), duchovní tematikou či ezoterikou. V současné době jsou tato obskurní témata smíchávána mimo jiné s články právě o Ukrajině, uprchlické krizi či Sýrii, přičemž zastávají výrazně anti-západní pohled na věc. Třetí skupinu tvoří weby, které v nějaké podobě existovaly již před rokem 2014, avšak jeho obsah byl spíše všeobecně antisystémový, doména měla jiného vlastníka či byl web neaktivní. Mezi ně se řadí i dnes nejznámější Aeronet, AC24, Bez politické korektnosti, ePortál atd. Všechny tyto weby v současnosti publikují obsah, který víceméně jednomyslně razí ruský pohled, adoruje Vladimíra Putina, a naopak silně kritizuje jakékoliv akce Západu a EU.

⁷² Výroční zpráva Bezpečnostní informační služby za rok 2015. *Bezpečnostní informační služba České republiky* [online]. 2015 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.bis.cz/pdf/2015-vz-cz.pdf>

⁷³ KUNDRA, Ondřej. Kdo tu píše pro Putina. *Respekt*. (2016). Praha: Economia. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2016/18/kdo-tu-pise-pro-putina>

Dále lze dezinformační weby zhruba rozdělit podle původnosti obsahu. Některé produkují svůj vlastní obsah – typicky Aeronet, pro který v drtivé většině tvoří obsah dvě anonymní postavy, kteří se skrývají pod přezdívkami Pozorovatelka a Vedoucí Kolotoče. Veškeré články na AC24 jsou zase zveřejňované redakcí AC24 bez konkrétních jmen a informace v nich jsou přejímány z ruských kanálů (Sputnik, Russia Today) a ze zahraničních konspiračních webů. Jiné servery slouží pouze jako agregátor kolujících dezinformací (Almanach, Právě dnes). A značná část webů je obsahem nejbližší blogům, formou však připomínají zpravodajství. Autoři v člancích vyjadřují svůj vyhraněný názor, který však vydávají za objektivní pravdu a tyto fabulace podpírají zdroji většinou z ruských stránek – typicky Protiproud, Zvědavec či Svět kolem nás.

Třetím typem rozdělení může být motivace oněch provozovatelů. Zatímco cílem stránek jako je třeba Sputnik je evidentně šíření prokremelské propagandy a ovlivňování veřejného mínění, u těch ostatních to není tak jednoznačné. Jak již bylo zmíněno výše, šíření hoaxů a senzací se může za určitých podmínek stát poměrně funkčním byznys plánem. Motivací provozovatelů tak zkrátka může být finanční zisk – ovšem to platí pouze v případě, že existuje dostatečný počet čtenářů. Analýza Open Society Fund⁷⁴ odhaduje, že celkově si české a slovenské dezinformační weby mohou měsíčně přijít až na 32 milionů korun. Ovšem tato částka je zaprvé pouze odhadována, zadruhé zahrnuje i Slovensko, a zatřetí je rozdělena značně nerovnoměrně. Na “zajímavý” obnos (cca 100 tisíc korun a více) dosáhne pouze malá hrstka webů, jako je například AC24 či EuroZprávy, ty ostatní se pohybují v řádech tisíců korun měsíčně. Při odečtení nákladů na provoz zřejmě nebude přivýdělek tím hlavním motivem. Naprosto speciální případ je v tomto ohledu server Parlamentní listy, tomu se ale budu věnovat více v praktické části.

Pokusil jsem se navrhnout tři základní způsoby, jak české dezinformační servery dělit. Rozdělení je však pouze orientační, mým cílem nebylo je jednoznačně kategorizovat, spíše jen ilustrovat čtenáři rozmanitost těchto webů a zároveň představit jejich základní přehled. Situace je o to komplikovanější, že stránky jsou poměrně běžně rušeny (buď správci nebo ze strany FB), znovuzakládány, či mění svůj název i zaměření. Jako příklad

⁷⁴ Reklama na konspiračních a dezinformačních webech. *Open Society Fund* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://osf.cz/wp-content/uploads/2017/08/reklama-na-konspiracnich-dezinf-webech-web.pdf>

uvedme FB stránku s názvem We are here at home (88 tisíc fanoušků) – stránka, která šířila lživý a nenávistný obsah a na druhou stranu soustavně chválila Rusko. Během listopadu 2017 tato stránka změnila design a název na Zprávy.cz. Sice nadále používá podobnou rétoriku, ubrala však na kontroverzi a nově se místo zájmové stránky tváří jako zpravodajský server. Ve skutečnosti však jen účelově vybírá a sdílí články jiných webů a doplňuje je svými komentáři.

V následující praktické části se na české dezinformační servery podíváme detailněji, kromě webových stránek se zaměříme i na jejich profily na sociálních sítích, kromě YouTube (dále také „YT“) primárně na Facebook. Kvantitativní analýza by nám měla naskytnout hlubší vhled do jejich struktury, fungování a měla by nám i přiblížit, jací lidé závadný obsah konzumují, a i dále sdílejí.

3 Praktická část

3.1 Metodologie

3.1.1 Metodika

Základním předpokladem pro většinu analýz prováděných v této diplomové práci pro FB prostředí je manifestace určitého názoru či příslušnosti k názorové skupině buď “sledováním” dané stránky nebo aktivní interakcí s jejím obsahem. V prvním případě je třeba mít na zřeteli, že pouhé olajkování⁷⁵ stránky nemusí automaticky znamenat i souhlas s jejím obsahem – vždy existuje určité množství uživatelů, jež stránku sledují z pouhé zvědavosti, kvůli jejich pracovní náplni nebo, nebo třeba z výzkumných důvodů. To do značné míry platí i v druhém případě – jistě existuje malé množství lidí, kteří občas diskutují na stránkách podporujících zcela opačný názor – může za tím být snaha přesvědčit oponenty, bránit názory “svého” ideového vůdce, pouhá provokace druhého tábora nebo mnoho dalších důvodů. Základním předpokladem ale zůstává, že lajk stránce či příspěvku s velkou mírou pravděpodobnosti značí i sympatie – lajk stránce totiž znamená, že se její obsah uživateli bude pravidelně zobrazovat (a uživatel spíše nechce sledovat příspěvky, se kterými nesouhlasí) a lajk příspěvku znamená opravdu spíše vyjádření „líbí se mi“ (k vyjádření nesouhlasu aj. slouží jiné druhy reakcí).

Konkrétní kvantitativní metoda, kterou v analýzách používám, je tzv. “*normalized social distance*” (NSD), kterou pro FB zavedli Josef Šlerka a Jan Schmid.⁷⁶ Jelikož se jedná o poměrně složitou metodu a tato práce se nezabývá metodou samotnou, nýbrž jí jen v dílčích krocích využívá, přiblížím zde pouze její klíčové prvky a kroky. Podrobný popis postupu a výpočtů lze najít ve zde citovaných odkazech. Ve zkratce metoda NSD vypočítává hypotetickou vzdálenost mezi různými sociálními skupinami uživatelů, kteří se vydělují na základě aktivity uživatelů na konkrétních stránkách – v mém případě se jedná o “stránky” na FB (tedy nikoliv osobní profily či skupiny) a onou aktivitou je tzv. lajk (tedy nikoliv komentář nebo jiný druh reakce), který uživatel udělil některému z příspěvků na dané stránce. Výsledkem takové analýzy jsou pak nejen shluky stránek s velice podobným

⁷⁵ Od termínu „Like“. V práci dále z důvodů skloňování používáno jako „lajk“, popřípadě „olajkovat“ atd.

⁷⁶ ŠLERKA, Josef. Jak se fanoušci politických stran liší – politické strany na Facebooku (2.).

Databoutique.cz [online]. 2013 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://databoutique.cz/post/62064377499>

publikem ale i vzdálenosti (blízkosti) mezi těmito shluky i mezi jednotlivými stránkami. Teoretickými základy této metody je teorie homofilie v sociálních sítích (tedy teorie, že se lidé přirozeně shlukují do homogenních skupin z hlediska sociálního statusu, vzdělání atd., přičemž tato tendence z reálného světa je sociálními sítěmi značně amplifikovaná, viz kapitola *Echo chambers*)⁷⁷ a koncept *Normalized web distance*⁷⁸.

Zatímco metoda NSD stručně popsaná výše spoléhá na lajky pod určitými posty, druhá použitá metoda je založena na lajkách, které uživatelé přidělili celým stránkám (jinak řečeno tyto stránky “sledují”, jsou jejími fanoušky, či je mají označené jako oblíbené). Zkoumáním toho, jaké stránky sledují specificky vybraní uživatelé, nám mohou prozradit mnoho o jejich postojích, názorech či zálibách. Tento postup (opět zavedený Šlerkou a Schmidem⁷⁹) se nazývá afinitní analýza zájmů a je založen na dvou základních parametrech. Tím prvním je seznam stránek, které mají významný průnik mezi zkoumanými uživateli, tím druhým je afinita těchto stránek, tedy jejich signifikance vůči cílové populaci. Jinými slovy, nestačí frekvenční tabulka oblíbených stránek, protože mezi nejvíce oblíbenými by se zpravidla nacházely ty obecně nejoblíbenější/největší (typicky třeba stránka Jaromíra Jágra, tu lajkují lidé napříč politickým spektrem a pro nás je tak nevypovídající). V analýze jsou hledány pouze stránky, které dané publikum sleduje signifikantně více, než obecná populace (v našem případě tedy aktivní uživatelé českého FB, kterých je cca 4,5 milionu⁸⁰). Afinita je tedy v tomto případě hodnota značící kolikrát je daná stránka častěji oblíbená v předem vybrané skupině uživatelů než ve skupině náhodně vybraných uživatelů z celé české FB populace o stejné velikosti.⁸¹

⁷⁷ MCPHERSON, Miller, Lynn SMITH-LOVIN a James M COOK. Birds of a Feather: Homophily in Social Networks. *Annual Review of Sociology* [online]. 2001, 27(1), 415-444 [cit. 2017-12-02]. DOI:

10.1146/annurev.soc.27.1.415. ISSN 0360-0572. Dostupné z:
<http://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev.soc.27.1.415>

⁷⁸ CILIBRASI, Rudi L. a Paul M. B. VITÁNYI. *Normalized Web Distance and Word Similarity* [online]. 2010 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://homepages.cwi.nl/~paulv/papers/crc08.pdf>

⁷⁹ ŠLERKA, Josef. Profil stránek politických stran z pohledu zájmů jejich aktivních fanoušků. In: *Databoutique.cz* [online]. 2013 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z:
<http://databoutique.cz/post/64955787655/profil-str%C3%A1nek-politick%C3%BDch-stran-z-pohledu-z%C3%A1jm%C5%AF>

⁸⁰ Audience Insights. *Facebook.com* [online]. 2017 [cit. 2017-12-03]. Dostupné z:
<https://www.facebook.com/ads/audience-insights/people?act=55525761&age=18-&country=US>

⁸¹ ŠLERKA, Josef. Slušní lidé na Facebooku. In: *Databoutique.cz* [online]. 2013 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://databoutique.cz/post/161312186128/slu%C5%A1n%C3%AD-lid%C3%A9-na-facebooku>

Výsledkem obou popsaných postupů je vzdálenostní matice (dvourozměrná matice obsahující vzdálenosti mezi každými dvěma objekty), kterou lze zkoumat několika způsoby. Já využiji vizualizace pomocí *multidimensional scaling* (MDS), klastrového dendogramu nebo pomocí programu Gephi, který slouží k síťovému zobrazení dat.

Kromě těchto dvou základních analýz (uzpůsobených na FB) je v práci použito i několik dalších, kterými jsou zkoumány například webové stránky, jejich publikum, pohyb uživatelů, odkazy na stránkách či sociální síť YouTube. Jednotlivé kvantitativní analýzy jsem prováděl pomocí různých dostupných online nástrojů a jejich postup je vždy detailněji popsán.

3.1.2 Vzorek

Vzorek alternativních médií (dezinformačních) vznikl na základě kombinace seznamů Konšpiratori.sk⁸², think-tanku Evropské hodnoty⁸³ a serveru Neovlivní.cz⁸⁴, přičemž jsem do výsledného seznamu zařazoval primárně stránky, které mají FB verzi, jsou zastoupeny ale i FB stránky šířící hoaxy, které zároveň nemají žádný web. Finální výběr jsem poskládal na základně relevance daných zdrojů – vyřadil jsem stránky s pouze ezoterickým či s jinak duchovně zaměřeným obsahem, weby nepolitické či jinak nerelevantní k mému tématu a také stránky nefunkční nebo již delší dobu neaktivní (na kterých se více než půl roku neobjevil žádný nový příspěvek). Takto jsem získal seznam 37 FB stránek, se kterými dále (pokud není řečeno jinak) v nezměněném stavu pracuji. Vedle toho je vytvořen seznam webových dezinformačních stránek, kterých je celkově 36.

Vzorek mainstreamových médií jsem opět sestavil sám a to tak, aby zahrnoval všechny největší zpravodajské servery (podle webu NetMonitor⁸⁵), které splňují atributy žurnalistiky. Pro větší rozmanitost jsou zahrnuty i tři bulvární tituly Blesk, Expres a Aha!

⁸² *Konšpiratori.sk* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.konspiratori.sk/zoznam-stranok.php>

⁸³ Fungování českých dezinformačních webů: Kremlin Watch report. *Evropské hodnoty* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2017/08/Fungov%C3%A1n%C3%AD-%C4%8Desk%C3%BDch-dezinforma%C4%8Dn%C3%ADch-web%C5%AF4-1.pdf>

⁸⁴ Databáze proruského obsahu od A-Z. *Neovlivní.cz* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://neovlivni.cz/databaze-proruskeho-obsahu-od-a-z/>

⁸⁵ Online data (OLA). *NetMonitor* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.netmonitor.cz/online-data-ola>

(protože u nich není výjimkou ani politická agenda, např. téma inkluze ve vzdělávání aj.) a názorové blogy z obou stran politického spektra (protože jejich dosah často přesahuje dosah standardních zpravodajských webů), např. A2larm, Echo24, Forum24, Britské listy. Konečný počet je 34 FB stránek, přičemž každá má i svou webovou verzi (na rozdíl od dezinformačních médií).

Dále jsou pro dílčí analýzy zahrnuty i FB stránky českých politiků – pro jejich velký počet jsem však výběr omezil pouze na členy vlády (tak jak tomu bylo před volbami do Poslanecké sněmovny 2017) a předsedy parlamentních stran. K nim jsem připojil i politiky, kteří v té době nesplňovali ani jedno z výše uvedených kritérií, přesto jejich FB stránky mají v českém kontextu veliký dosah - např. Václav Klaus mladší. Naopak jsem musel vynechat politiky, kteří sice jsou ve vládě nebo předsedy strany, ale FB stránku nemají, nebo mají pouze soukromý profil (např. Robert Pelikán).

3.1.3 Dataset

Data jsem získal skrze Facebook API pomocí skriptů napsaných v programovacím jazyku R. Ze všech výše uvedených stránek jsem stáhl veškeré příspěvky zveřejněné danou stránkou, všechny komentáře pod těmito posty a identifikátory uživatelů (ID), kteří tyto příspěvky označili tlačítkem Like. Všechna tato data jsou přes API veřejně přístupná komukoliv. Získal jsem tedy rozsáhlý dataset a to za dobu celého uplynulého roku, konkrétně od 1. 8. 2016 do 1. 8. 2017 (přibližně doba, kdy jsem začal pracovat na této diplomové práci).

Ze sociálních sítí jsem se věnoval pouze FB, síti YouTube pouze okrajově. Twitter jsem vynechal úplně, jelikož v ČR hraje jen okrajovou roli a počet uživatelů je v porovnání s FB a YT zanedbatelný. Dále je třeba říci, že celá praktická část se vztahuje téměř výhradně (pokud není řečeno jinak) k výše uvedenému období. Je možné, že za nějakou dobu budou dané stránky zrušeny a některé naopak přibudou. Nejdůležitější celková čísla datasetu jsou uvedena v následující tabulce.

	Dezinformační média	Mainstreamová média
Počet stránek	37	34
Počet fanoušků	463 881	2 194 938
Počet postů	97 498	25 075
Počet lajků	3 334 250	2 046 762
Počet komentářů	825 218	490 135
Počet sdílení	3 440 568	768 778
Talking about	61 624	277 470
Počet unikátních lajkujících	54 687	173 683
Průměrný počet interakcí na příspěvek	77.95	131.83

Tabulka č.1: Základní přehled datasetu. Platí pro FB v období od 1. 8. 2016 do 1. 8. 2017.

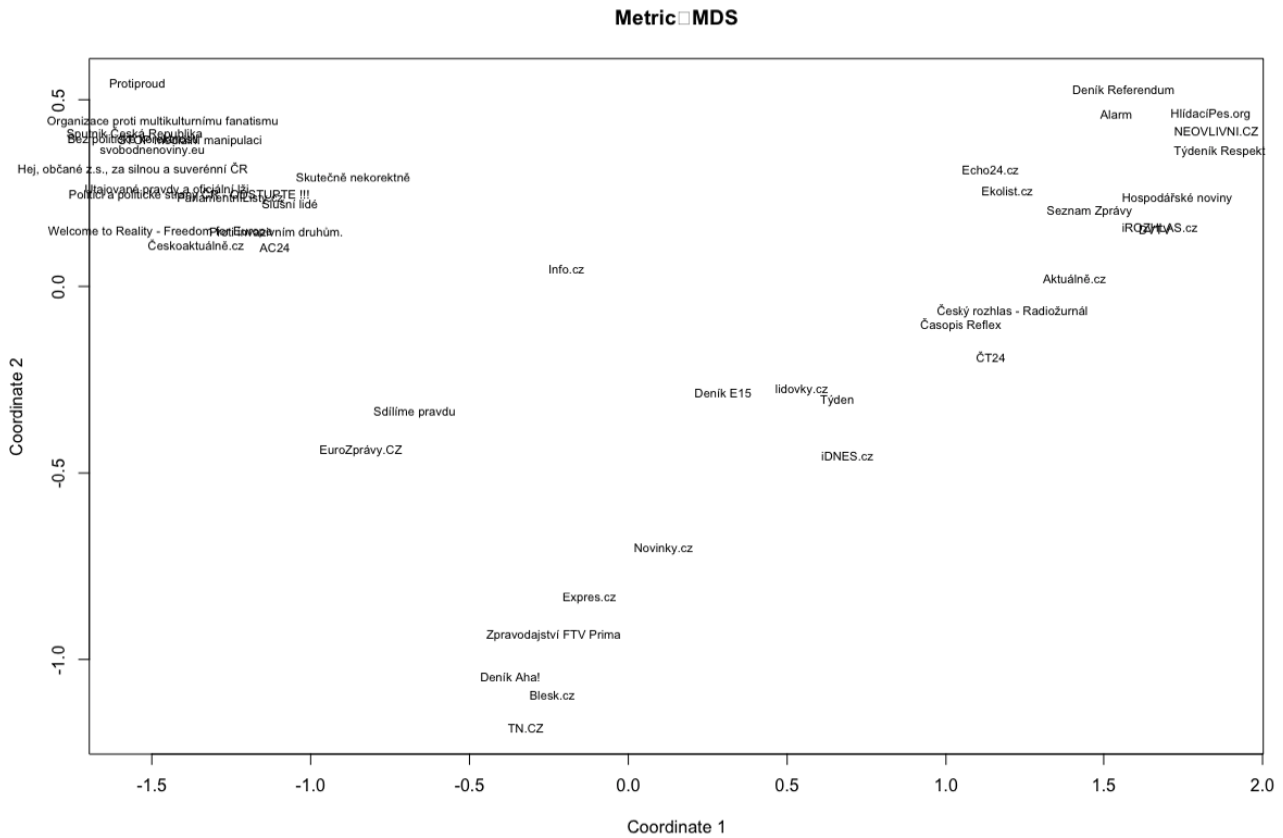
Na první pohled lze nalézt několik zajímavých skutečností. Přestože mají mainstreamová média dohromady téměř pětkrát více fanoušků, v celkovém počtu interakcí (olajkování, okomentování či sdílení příspěvku) suverénně vedou média dezinformační. Ty naopak daleko více postují, v této činnosti jsou téměř 4x aktivnější. Proto je možná nejpřesnější se podívat na průměrný počet interakcí na jeden post – mainstreamová média mají v tomto ohledu přeci jen aktivnější čtenáře (132 vs. 78). Ovšem velice výmluvný údaj, který se týká obecně chování fanoušků obou skupin, je rozdíl v počtu sdílení. Čtenáři dezinformačních médií příspěvky sdíleli dokonce více, než je označovali tlačítkem “Líbí se mi”, což je ve FB světě opravdu velice neobvyklé – průměrný počet 35 sdílení na jeden příspěvek je poměrně vysoké číslo a značí silnou spřízněnost s obsahem a do jisté míry i výrazné komunitní chování.

3.2 Základní přehled

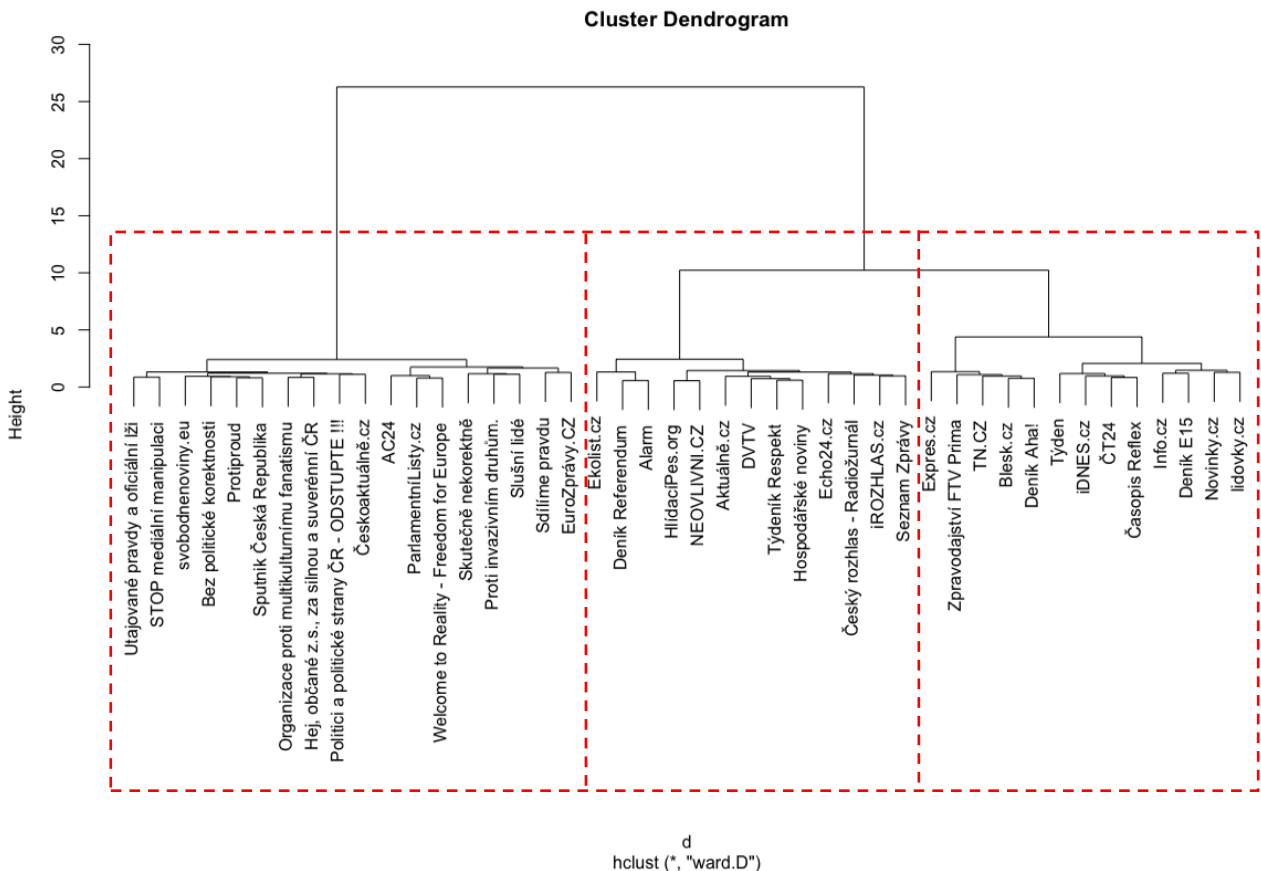
Abych zmapoval celou sféru dezinformačních webů u nás a potvrdil nebo vyvrátil, že tady takové stránky existují, že tvoří poměrně homogenní skupinu a že se významně odlišují od stránek mainstreamových zpravodajských serverů, udělal jsem nejprve analýzu blízkosti FB stránek na základě společných uživatelů, kteří jsou na daných stránkách aktivní (tedy výše zmíněnou NSD analýzu), přičemž vycházím z předpokladu, že lidé s podobnými názory sledují i podobné zdroje a naopak (tedy by se mi měly stránky rozdělit i co se týče tematické podobnosti obsahu). Při analýze jsem vycházel ze seznamu lajkujících

– tedy lidí, kteří někdy olajkovali v určitém období příspěvek dané stránky. Výsledná síť je průnikem všech těchto lajkujících a blízkost stránek je přímo úměrná podobnosti jejich publika.

Na vstupu byly všechny předvybrané stránky (mainstreamová a dezinformační média, popsáno v kapitole Vzorek) a jejich veřejné příspěvky za celý rok. Takto vznikl seznam všech přidělených lajků za toto období – počet převyšoval 5,3 milionů. Nejprve jsem vybral pouze uživatele, kteří lajkovali minimálně na dvou stránkách (cílem je zjistit překryvy fanoušků). Kvůli velikosti souboru bylo potřeba ještě vyřadit všechny uživatele, kteří na jedné stránce lajkovali více než jednou (tím jsem přišel o jeden zajímavý rozměr, tedy o absolutní počet lajků, který daná stránka obdržela – po delší úvaze jsem však tuto informaci vyhodnotil jako nadbytečnou). Tím jsem získal konečný dataset o bezmála jednom milionu lajků. Tento soubor bylo potřeba dále upravit. Jako minimální průnik stránek jsem určil 10 % a vybral pouze stránky s afinitou větší než 7 - tím mi ze vzorku vypadly stránky, které takovýto průnik s ostatními nemají (zpravidla stránky velmi malé) anebo nejsou dostatečně afinitní – konečný počet stránek se tedy ustálil na počtu 44 (z původních 71). Výsledný dataset již nebylo těžké vizualizovat pomocí MDS a dendogramu.

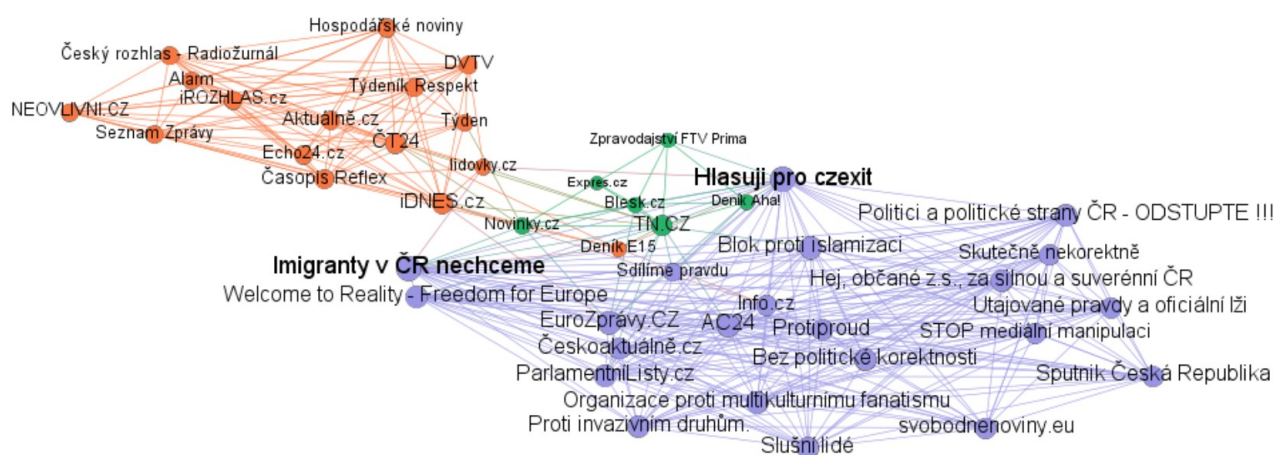


Graf č. 1: MDS graf pro celý základní dataset. Platí pro FB v období od 1. 8. 2016 do 1. 8. 2017.



Graf č. 2: Dendrogram pro celý základní dataset. Platí pro FB v období od 1. 8. 2016 do 1. 8. 2017.

Dendrogram čteme následovně: osa X se skládá z jednotlivých objektů, přičemž nijak nezáleží na horizontálním pořadí. Osa Y představuje vzájemnou podobnost – čím delší je čára, tím méně jsou si objekty podobné (a naopak). Vzorek se nám naprosto jednoznačně rozdělil na dva základní shluky, přičemž jeden z nich se ještě dělí na další dva, ovšem rozdíl již není tak značný. Pro přehlednost ještě použiji program Gephi, který data zvizualizuje do podoby sítě a barevně rozdělí shluky na základě jejich modularity (podobnosti). Výsledek můžete vidět níže.



Obrázek č. 1: Síťové znázornění základního datasetu pomocí Gephi. Platí pro FB v období od 1. 8. 2016 do 1. 8. 2017.

Na první pohled vidíme jasné rozdělení na dvě velké základní skupiny stránek (klastry) a jednu menší ležící přibližně mezi nimi. Oranžový klastr představuje mainstreamové zpravodajské stránky, na jejím vnějším okraji leží média publikující více investigativní a obecně delší texty, směrem ke středu mapy se objevují klasická zpravodajství kladoucí důraz především na aktuálnost. Zelený klastr bych označil jako bulvární, ovšem spadly sem poměrně překvapivě i Novinky – pokud odhlédneme od hodnocení obsahu samotného, vychází najevo, že konzumenti bulváru si pro klasické zpravodajství chodí spíše na Novinky než na konkurenční stránky. Zpravodajství FTV Prima tvoří jediného zástupce mainstreamového média (jde o jednu z největších celostátních televizí), které nemá žádné přímé spojení s oranžovým klastrem. Toto si vysvětlují oblibou tohoto zpravodajství u protiislámsky naladěných uživatelů (viz.

obvinění z manipulací se zpravodajským materiálem, vedením nařízené protiuprchlické stanovisko⁸⁶, kauza burkiny atd.).

Třetí a největší klastř již tvoří dezinformační stránky. Jde o směs všech konspiračních, antisystémových a protiislámských webů, přičemž bych upozornil na tři zajímavé skutečnosti vyplývající z mapy – stránky, které jsou nejbližší, řekněme objektivnímu, zpravodajství jsou Imigranty v ČR nechceme, Hlasuji pro czexit a Sdílíme pravdu (první dvě jsou k datu 28. 10. již smazané). Fanoušci těchto tří stránek občas lajkovali i obsah z oranžového klastřu. Info.cz, přestože má 2 spojení s mainstreamem (kam se i subjektivně spíše řadí) nám také spadlo mezi dezinformační stránky. A třetí skutečností je to, že těžko zařaditelné a problematické Parlamentní listy se naprosto jednoznačně řadí mezi oblíbené stránky antisystémových uživatelů. Aniž bych sám hodnotil objektivitu a úroveň zpravodajství tohoto serveru, lze říci, že obsah v Parlamentních listů silně konvenuje uživatelům, kteří jsou aktivní například na značně rasistické a xenofobní stránce Proti invazivním druhům. Parlamentním listům se však budu věnovat později ve zvláštní kapitole.

3.3 Dosah

3.3.1 Webové stránky

Zmapovat pozice konkrétních FB stránek šířících dezinformace a zjistit tak jejich vzájemnou afinitu je jedna věc. Abych ale ukázal, že se nejedná jen o marginální a nevelkou skupinu navzájem propojených subjektů, které jsou v porovnání se zbytkem českého FB nevýznamné, je třeba se podívat na jejich reálný dosah (respektive dosah článků na těchto webech vznikajících). Dosahem rozumějme počet interakcí, tedy součet lajků, komentářů a počtu sdílení jednotlivých článků. K tomuto cíli jsem se inspiroval dnes již dobře známou analýzou provedenou Craigem Silvermanem (viz kapitola Fake news jako společenský problém) - zreplikoval jsem tedy analýzu serveru BuzzFeed, tentokrát pro české prostředí.

⁸⁶ BŘEŠŤAN, Robert. Vedení televize Prima nařídilo redaktorům: uprchlíky zobrazovat jako hrozbu a riziko. *HlidaciPes.cz* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://hlidacipes.org/vedeni-tv-prima-naridilo/>

Stejně jako autoři jsem použil jejich nástroj BuzzSumo⁸⁷, který umožňuje vyhledávat články na dané téma, či podle zdroje. K nim je pak schopný přiřadit množství sdílení a interakcí. Jako výchozí zdroje jsem tedy použil svůj seznam webových stránek a nechal jsem vyhledat články za celý uplynulý rok (platné k datu 10. 10. 2017). Následně jsem z výsledků vyřadil nekrology pro jejich irelevanci a náchylnosti k nadprůměrnému sdílení (jen v první desítce byly 4). Výsledky se příliš neshodují s těmi, k nimž došli američtí výzkumníci. Počet interakcí prvních dvaceti článků z dezinformačních webů je 314 tisíc, naproti tomu mainstreamové weby dosáhly téměř dvojnásobku, tedy 605 tisíc. Celkové počty sdílení za celý rok jsou pro dezinformační weby 2,4 milionů, pro mainstreamové zpravodajské servery 6,2 milionů – ovšem i celkový počet článků se liší (dezinformační weby 17,2 tisíc, mainstreamové 31,2 tisíc). Nejzajímavější a nejrelevantnější údaj by proto mohl být průměrný počet sdílení – dezinformační weby 138, mainstreamové 199 sdílení na článek.

Titulek	Zdroj	Facebook engagement
Psycholožka: Z žen jsou chlapi, otcům chybí autorita, děti jsou chudáci	Idnes.cz	73,9
Burkíní mají zákaz i v Litoměřicích. Měli bychom být nekompromisní, říká místostarosta	Forum24.cz	44,1
Zvedněme odvody OSVČ, ať se radši nechají zaměstnat, navrhl Štěch	Novinky.cz	38,7
Pedagog: Dvouleté děti do školky nepatří. Potřebují něžnou mámu a přísného tátu, který udává řád	Aktualne.cz	37,4
Vyhořelá generace. Hrozí nám infarkt duše	Echo24.cz	34,2
Po pískání na Ortel mě posílají do plynu, od malička poslouchám, že jsem černá svině, říká Banga	Aktualne.cz	29,9
První pár gayů v Česku adoptuje dítě. Už se těšíme na miminko, říkají	Idnes.cz	28,6
Nový ministr financí by byl rád, kdyby nebyli důchodci. Lidé by měli pracovat až do smrti	Forum24.cz	28,1
Je jim přes dvacet, vyrábějí zdravé svačiny a mají milionové obraty	Idnes.cz	27,7
Kdo nepracuje, dostane jen existenční minimum	E15.cz	27,3
Bludy o migrantech a lži o Evropské unii zatemnily mnoha Čechům zdravý rozum	Forum24.cz	25,8
Vědci řekli jasné slovo: Smrt neexistuje! Žijeme nekonečnou sérii věčných Tedů	Respekt.cz	25,4
Úplný zákaz kouření v restauracích od května prošel. Kuřárny nebudou	Idnes.cz	24,5
Nahlaste hospodského bez účtenky. Babiš připravil udavačský web	Echo24.cz	24,4
Od 18 let: Psa stáhli zaživa z kůže, zmučené zvíře pak krvácelo v ulicích	Blesk.cz	24,1
Český národ si vždy poradí! I s protikuřáckým zákonem!	Reflex.cz	23,5
Myslíte si, že komunisté dělali kvalitní potraviny? Podívejte se, co v nich bylo za jedy	Info.cz	22,3
Tvrdý byznys: Kůň padl vyčerpáním, když vozil turisty po městě	Blesk.cz	21,9

⁸⁷ BuzzSumo [online]. [cit. 2017-12-03]. Dostupné z: <http://buzzsumo.com/>

VIDEO: Nekončící potlesk ve stoje pro J. P. Belmonda na letošních Césarech	Forum24.cz	21,7
Osmnáctiletá Češka vyhrála soutěž o nejlepšího mladého vědce Evropy. Porota ocenila její výzkum rakoviny	Ceskatelevize.cz	21,4

Tabulka č. 2: 20 článků mainstreamových médií s největším počtem interakcí na FB (tedy součet lajků, komentářů a sdílení), *engagement* je uveden v tisících. Platné k datu 10. 10. 2017

Titulek	Zdroj	Facebook engagement
Elektrošoky, kovová tyč do páteře, stáhnutí kůže a to vše zaživa. Výroba kabelky Louis Vuitton	Ac24.cz	48,3
Zeman: Radši se vzdát dotací z EU, než sem pustit migranty	Parlamentnilisty.cz	23,7
Tady je důvod, proč Steve Jobs nenechal své děti hrát si s iPady	Ac24.cz	18
Andrej Babiš oficiálně přiznal, že EET je ztrátová záležitost. Náklady jsou vyšší, než se podaří vybrat	Parlamentnilisty.cz	16,5
O důchodce se musí postarat jejich děti. Třeba v Koreji je to běžné, vzkazuje ministr Pilný	Parlamentnilisty.cz	16,2
Pavel Novotný pro PL: Trump je kokot. Zemana volí kretění, které by dřív shodili z útesu. Až vyhcípá generace důchodců, bude prezidentovat Kalousek a lidi jako Okamura budou sloužit nám, Židům	Parlamentnilisty.cz	15,7
Nad Evropou se valí radioaktivní mrak pocházející zřejmě z podivné exploze ve francouzské jaderné elektrárně. Vlády mlčí, Francie se snaží bagatelizovat celý incident slovy o neškodnosti radionuklidů a my doporučujeme nakoupit okamžitě jódové tablety a do	Parlamentnilisty.cz	15,5
Širte, než bude pozdě. Česká vláda se rozhodla změnit ČR v totalitní stát. Tohle čeká každého občana...	Lajkit.cz	14,9
A je to venku! Důkazy a fotografie potvrdily, že chemický útok v Idlibu byl zinscenovaný Bílými přílbami a americkou CIA. Syrská opozice na Twitteru informovala o chemickém útoku den předem! Trump má vážný problém, má kolem sebe zrádce, lháře a nekontrolu	Aeronet.cz	14,8
Trump udělal další zásadní krok: přikázal odstranit islámské symboly a praktiky v Bílém domě	Lajkit.cz	14,7
Putin doplatil centrálním bankám zbytek dluhu. Rusko se tak stalo první zemí, které se osvobodilo od sevření bankovním systémem	Ac24.cz	14,6
Žádné muslimy žít nebudeme. Republika je rozkradená, vše v cizích rukách, promlouvá generál, válečný hrdina, nositel Řádu Bílého lva	Parlamentnilisty.cz	13,8
Finská soutěž Miss Helsinki 2017 skončila skandálem a manipulacemi v zákulisí. Porota ve spolupráci s neziskovým sektorem vybrala za vítězku uprchlickou černošku! Finové se bouří a státní televize raději zrušila přenos z galavečera!	Aeronet.cz	13,5
EXKLUZIVNĚ Zeman se rozhodl. Kajínek dostane milost	Parlamentnilisty.cz	13,2
Děti nepoznají sýkorku, ale cpou jim do hlavy záchranu deštných pralesů. Nerozumíme své zemi a pak se divíme, jak je zničená. Uznávaný přírodovědec rozebral, o co všechno si koledujeme	Parlamentnilisty.cz	12,9
Šéf mešity požaduje po úřadech uznání sexu s malými dívkami!	Ceskoaktualne.cz	12,3
Polská premiérka totálně smázla Macrona. Mrazivě a beze strachu. A už se ozval nářek, třeba od...	Parlamentnilisty.cz	12
EU se chystá nařídit, abychom uprchlíkům dávali 21 000 měsíčně! Máte se tak dobře vy?	Parlamentnilisty.cz	11,8
Pavel Novotný: Burkiny jsou kvalitní a vkusné plavky, vy kretění, co chčijete do vody. Čunek je vagina. Jsem vítáč a mé dcery spíš znásilní	Parlamentnilisty.cz	11,4

blbý čtenář PL, než uprchlík. Škoda, že už se nesmí upalovat		
Šéf mešity požaduje po úřadech uznání sexu s malými dívkami!	Ceskoaktualne.cz	12,3

Tabulka č. 3: 20 článků dezinformačních médií s největším počtem interakcí na FB (tedy součet lajků, komentářů a sdílení), *engagement* je uveden v tisících. Platné k datu 10. 10. 2017

Přestože nejde na první pohled o tak “skandální” poměr jako tomu bylo u amerických médií, je více než poloviční dosah dezinformačních webů oproti standardním velice alarmující výsledek. Pro ilustraci, mezi dvaceti nejsdílenějšími falešnými zprávami lze nalézt titulky jako *“Nad Evropou se valí radioaktivní mrak pocházející zřejmě z podivné exploze ve francouzské jaderné elektrárně. Vlády mlčí, Francie se snaží bagatelizovat celý incident slovy o neškodnosti radionuklidů a my doporučujeme nakoupit okamžitě jódové tablety a dozimetry!”* (Aeronet, 15,5 tisíce sdílení) nebo *“Šířte, než bude pozdě. Česká vláda se rozhodla změnit ČR v totalitní stát. Tohle čeká každého občana...”* (Lajkit, 14,9 tisíc sdílení). Připomeňme také skutečnost, že analýza BuzzFeedu se zaměřila pouze na období tří měsíců před značně vyhrocenou prezidentskou volbou, kde navíc růst interakcí s dezinformacemi směrem k datu voleb strmě stoupal. V českém prostředí jsem analyzoval celý rok, a to bez výraznějších politicko-společenských událostí (přínejmenším nesrovnatelných s volbou prezidenta USA). Jinými slovy, takovýto poměr platí pro český kontext v “klidovém stavu”.

3.3.2 Facebookové stránky

Druhou možností je kouknout se na dosah FB příspěvků. Srovnáme-li je sestupně podle počtu sdílení, situace je najednou naprosto jednoznačná: nejsdílenější příspěvky za celý rok pochází ze stránek Hlasuji pro czexit (10x), Sdílíme pravdu (4x), Blesk (2x), Imigranty v ČR nechceme (1x), AC24 (1x), a ČT24 (1x). Zde je ovšem nutné poznamenat, že většina příspěvků antisystémových stránek z prvních pozic jsou doplněné instrukcemi k šíření nebo lajkování. Například všechny příspěvky stránky Hlasuji pro czexit mají podobu citátu s popiskem “KDO SOUHLASÍ, AŤ DÁ LAJK A SDÍLÍ!”, což má na publikum stránky zřejmě aktivizující funkci. Kromě dvou příspěvků Blesku (vtipy), všech 18 nejsdílenějších příspěvků vyjadřuje jeden a ten samý konzervativně-nacionalistický postoj.

Page	Message	Post type	Likes	Comments	Shares
AC24	Jaromír Nohavica... AC24!	video	6457	476	35788

Hlasuji pro czexit	KDO SOUHLASÍ, AŽ DÁ LAJK A SDÍLÍ!	photo	860	577	33813
Hlasuji pro czexit	KDO SOUHLASÍ, AŽ DÁ LAJK A SDÍLÍ!	photo	268	402	22886
Hlasuji pro czexit	POŽADUJEME ZACHOVÁNÍ NAŠÍ ČESKÉ KORUNY!				
Hlasuji pro czexit	KDO SOUHLASÍ, AŽ DÁ LAJK A SDÍLÍ!	photo	794	279	19937
Hlasuji pro czexit	KDO SOUHLASÍ S PANEM PREZIDENTEM, AŽ DÁ LAJK A SDÍLÍ!	photo	762	127	15111
Blesk.cz	:D :D :D pobavilo	photo	447	139	14598
Blesk.cz	Čím dřív, tím líp :D	photo	607	162	13883
Hlasuji pro czexit	KDO SOUHLASÍ, AŽ DÁ LAJK A SDÍLÍ!	photo	903	342	13521
Sdílíme pravdu	Městská policie v akci. Pomohli byste stejně jako pán na videu, nebo ne? Sdílíme pravdu	video	538	2305	13113
Sdílíme pravdu	Téměř se nám zastavilo srdce. Krásný a odvážný čin této dívky. Sdílíme pravdu!	video	233	416	12870
Hlasuji pro czexit	KDO SOUHLASÍ, AŽ DÁ LAJK A SDÍLÍ!	photo	128	210	11275
Sdílíme pravdu	Přiznání zlatokopek... Sdílíme pravdu!	video	763	3487	10744
Hlasuji pro czexit	KDO SOUHLASÍ S PANEM PREZIDENTEM, AŽ DÁ LAJK A SDÍLÍ!	photo	054	117	10712
Hlasuji pro czexit	Díky, Vildo!				
Hlasuji pro czexit	KDO SOUHLASÍ, AŽ DÁ LAJK A SDÍLÍ!	photo	298	121	10146
Hlasuji pro czexit	KDO SOUHLASÍ, AŽ DÁ LAJK A SDÍLÍ!				
Hlasuji pro czexit	#czexit #referendum	photo	753	135	10045
Sdílíme pravdu	Zákaz kouření v praxi. Sdílíme pravdu	video	745	100	9969
ČT24	„Bezpečnostní riziko útoku ve škole je v našem regionu nízké, ale není nereálné. Považujeme za nutné připravit školy na takovou událost a minimalizovat dopad případného útoku.“ >> http://bit.ly/2l1ER8b	video	191	494	9771
Hlasuji pro czexit	Setrvání v Evropské unii znamená zánik České republiky. Musíme vystoupit a spolupracovat v rámci Visegrádské čtyřky!				
Hlasuji pro czexit	KDO SOUHLASÍ, AŽ DÁ LAJK A SDÍLÍ!	photo	904	265	9520
Imigranty v ČR nechceme	Romský zpěvák Radoslav Banga, který po ukončení základní školy vyrůstal na ulici, kde bral drogy, pil alkohol, vykrádal telefonní automaty a pokud by neuměl zpívat, tak by tam byl zřejmě dodnes, označil skupinu Ortel za rasisty a nacisty, kteří v naší zemi nechtějí Vietnamce, černochoy, Romy, ale hlavně.. muslimské uprchlíky. Pískal, když si Ortel přebíral	photo	5371	2123	9456

	druhé místo v kategorii zpěvák a se (...)				
Hlasuji pro czexit	KDO SOUHLASÍ S VILDOU, AŤ DÁ LAJK A SDÍLÍ!	photo	940	289	8930

Tabulka č. 4: 20 nejdílenějších Facebookových příspěvků z mého vzorku. Konkrétní fotky a videa bohužel nelze do práce vložit. Platné pro období od 1. 8. 2016 do 1. 8. 202017.

Zde by ale bylo na místě připomenout tezi, která byla předestřena již dříve, tedy že některé stránky šířením virálního obsahu získávají poměrně nemalé finanční částky. Jejich primární motivací tak nemusí být politické cíle, což se ovšem dokazuje jen velmi těžko. O motivech provozovatelů nejdílenější stránky Hlasuji pro czexit však lze usuzovat z několika náznaků – zaprvé příspěvky většinou neobsahují externí odkaz, tedy nevede k prokliku, a tudíž příspěvek nevydělává, a zadruhé výrazná podpora Tomia Okamury před volbami do poslanecké sněmovny 2017 (kromě článků na jeho podporu i cover fotografie s Okamurou a jeho předvolebním heslem). Situaci dokresluje fakt, že hned druhý den po volbách, ve kterých Okamura se svou stranou získal slušných 10 %, celá stránka na podporu czexitu z FB zmizela.⁸⁸ Můžeme se už jen domýšlet, zda celá stránka šířící dezinformace a texty adorující Okamuru a očerňující politické konkurenty byla jen předvolební kampaní řízená členem strany. Napovídají tomu však i detaily, jako je například používání stejného grafického designu, jaký používá buňka SPD Libereckého kraje. Přímé důkazy však již obstarat nelze.

Pokud tomu tak opravdu bylo, potvrzovalo by to hypotézu, že lze cíleným šířením dezinformací ovlivňovat veřejné mínění, a hypoteticky třeba i výsledky voleb, ve svůj prospěch. (Zde stojí za to upozornit například na KSČM, která na svých oficiálních stránkách v záložce “alternativní informace” sdílí dezinformační weby na denní bázi.⁸⁹) Představa, že by každá politická strana měla svojí neoficiální “partyzánskou” stránku, svůj alternativní kanál, skrze který by šířila lživé informace či pomluvy na své konkurenty, je však znepokojující. Ovšem je třeba přijmout fakt, že tato možnost existuje a že již nyní jsou některé politické subjekty ochotny politický boj touto formou vést.

Typickým příkladem může být „kauza lithium“ z roku 2017. Tato kauza vznikla na serveru Aeronet těsně před volbami do Poslanecké sněmovny a trvalo jí jen pár dní, než se

⁸⁸ MÁČA, Roman. České volby v zajetí dezinformací. Nyní je potřeba zamést stopy? In: *Blog.idnes.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://maca.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=630076>

⁸⁹ Parlamentní listy vedou. *Respekt* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/denni-menu/vyrok-dne-komuniste-a-jejich-alternativni-zdroje>

dostala do všech hlavních zpravodajských kanálů. Následně sehrála významnou roli v předvolebním boji, byla kvůli ní dokonce svolána mimořádná schůze Poslanecké sněmovny. Po volbách, které mohla významným způsobem ovlivnit, se k ní již vrací jen málokdo – memorandum, kolem kterého se celá kauza točila, je totiž nezávazné a nemělo žádný větší význam.⁹⁰ Jedna manipulativně podaná zpráva spekulativního charakteru na notoricky známém dezinformačním webu způsobila několikadenní hysterii. A to je jen jedna z možností, jak vhnět dezinformace do veřejné debaty, resp. jak je nechat prokapat do mainstreamu. Aby se takové neobjektivní informace uchytily, je potřeba je legitimizovat. K popsání procesu legitimizace využijí koncept *information laundering* Adama Kleina tak, jak byl popsán výše, a aplikují ho na české internetové prostředí.

3.4 Praní informací v ČR

3.4.1 Vyhledávače

Vyhledávače jsou vstupní branou internetu. Podle serveru Alexa.com je Google nejnavštěvovanější stránkou v ČR, domácí vyhledávač Seznam je hned na třetím místě. Je bez diskuze, že to, jak vyhledávač funguje a co uživateli zobrazí na první stránce má zásadní vliv na to, jaké informace jedinec konzumuje. Zatímco Google se k problematice *fake news* postavil čelem (resp. je oficiálně označil za problém, který je třeba řešit, zda se jednalo pouze o PR krok je v tuto chvíli irelevantní), Seznam problém zatím ignoruje. A vzhledem ke skutečnosti, že Seznam má v ČR velmi silné zastoupení mezi vyhledávači (podle výzkumů kolem 30 %⁹¹), nejedná se o marginálii. Jednoduchý pokus ukáže, jak zásadně se liší výsledky vyhledávání na těchto dvou největších serverech. Pokud dáme vyhledat heslo, které je pro náš výzkum relevantní, tedy např. heslo “MH17”, zjistíme, že rozdíly jsou markantní. První stránka, tedy 10 nejrelevantnějších výsledků, se na Googlu skládá z Wikipedie a devíti mainstreamových zpravodajských webů. Naproti tomu Seznam zobrazí Wikipedii, 7 dezinformačních webů (Zvědavec, Sputnik, CzechFreePress, ...) a pouhé 2 seriózní zdroje.

⁹⁰ EHL, Martin. Střed Evropy Martina Ehla: Aféra lithium - z pruských serverů až do sněmovny. *Hospodářské noviny* [online]. 2017 [cit. 2017-12-03]. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-65955890-stred-evropy-martina-ehla-afera-lithium-se-zrodila-na-konspiracnim-proruskem-serveru-pres-babise-se-dostala-do-snemovny-a-zrejme-ovlivnila-volby>

⁹¹ Google vs Seznam: Jaký je podíl vyhledávačů v roce 2016. *Martindomes.cz* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.martindomes.cz/google-vs-seznam-jaky-je-podil-vyhledavacu-v-roce-2016/>

3.4.2 Zpravodajství

Asi nejpoužívanější technikou šíření dezinformací je napodobování vizuální podoby a fungování seriózních zpravodajských webů (tedy dle Borromanovi teorie techno-étos). Antisystémové stránky mají zpravidla klasické kategorie jako je “Z domova”, “Ze zahraničí”, “Společnost”, používají naléhavé titulky a perexy, tedy vytváří dojem, že se jedná o zpravodajství. Ve skutečnosti jsou články názory, nikoliv fakta, jsou postavené na fabulacích a v drtivé většině nemají zdroj ani autora. Jedná se tedy spíše o formu anonymního blogu.

Akademický étos ve zpravodajství se pokusím ilustrovat na případu tzv. “Krameriovy ceny”. Jedná se o novinářské ceny Asociace nezávislých médií, tedy asociace vzniklé v roce 2016, jejímž posláním je “ochrana práva občanů na svobodné šíření a získávání informací, obrana svobody slova”.⁹² Co zní jako bohubilá činnost neziskové organizace, na které nemůže být nic závadného, se po hlubším prozkoumání poněkud komplikuje. Jejimi zakladateli jsou Stanislav Novotný, Petr Žantovský (oba mj. Parlamentní listy a Rukojmí), Ondřej Geršl (zakladatel AC24)⁹³ a Jan Korál (zakladatel NWOO)⁹⁴. De facto se tedy jedná o asociaci konspiračních webů a širitelů dezinformací/prokremelské propagandy, která má jen neutrálně znějící název.

Krameriova cena je však o to pikantnější, že v její porotě již dvakrát zasedli mimo jiné i Jaroslav Plesl (šéfredaktor Mladé Fronty DNES) a René Zavoral (ředitel veřejnoprávního Českého rozhlasu) – tedy zástupci čistě mainstreamových médií (v porotě vedle nich usedá i Radomír Pekárek, šéfredaktor dezinformačních Prvních zpráv). Mezi oceněné patří mimo jiné i blogeri, redaktor FTV Prima, historik se silně konzervativními názory píšící pro MF DNES Vondruška, ale třeba i autoři pravidelně navštěvující proputinovské besedy. Mezi oceněnými lze vyčíst podobné konzervativní názory a domnělou příslušnost k “nekorektní” části médií s alternativním přístupem k novinářině –

⁹² Krameriova cena za rok 2017. *ČeskáMédia.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.ceskamedia.cz/clanek/28924/krameriova-cena-za-rok-2017>

⁹³ ROSTECKÝ, Jiří. Ondřej Geršl: Na AC24.cz píšeme tak, jak nám dovolí naše současná úroveň vědomí. *MladýPodnikatel.cz* [online]. 2014 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://mladypodnikatel.cz/ondrej-ger-sl-rozhovor-o-ac24-t11020>

⁹⁴ Prokremelský web: Náš pohled na svět tu chyběl. *Neovlivni.cz* [online]. 2015 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://neovlivni.cz/web-nwoo-cz-lidem-tu-chybel-rusky-pohled-na-svet/>

tedy k autorům, kteří svým dílem přispívají k “poskytování jiných druhů informací, než je obvyklé ve velkých komerčních nebo státních médiích.”⁹⁵

S jistou dávkou nadhledu by se tedy dalo říci, že provozovatelé konspiračních a proruských webů si založily vlastní asociaci a rozdávají si sami sobě ceny za nezávislou žurnalistiku pojmenovanou po zakladateli moderní české žurnalistiky. To vše je legitimizováno přítomností zástupců dvou velkých médií hlavního proudu. Pokud se to celé může jevit jako další snaha o rozměňování jasné hranice mezi objektivní žurnalistikou a alternativní protisystémovou rétorikou, pak víceméně přesně toto potvrzuje i zakladatel spolku Petr Žantovský: “My totiž (...) neděláme propast mezi mainstreamem a zbytkem mediálního světa.”⁹⁶ René Zavoral dokonce razí motto, že “Objektivita je cesta do pekel. Pojďme raději říkat pravdu.”⁹⁷ Jde o *information laundering* v celé svojí kráse.

3.4.3 Blogosféra

Blogy jsou názorová platforma, texty nemusí splňovat novinářská pravidla, jejich autoři nemusí nijak ověřovat fakta a články zveřejňují bez jakéhokoliv editorského zasahování ze strany poskytovatele služby. Blogy jsou často přidružené k větším zpravodajským webům a poskytují čtenářům prostor pro vyjádření (například Parlamentní listy z velké části fungují jako blog členů vlády, poslanců a senátorů). To je případ i nejnavštěvovanějšího českého zpravodajského portálu iDnes.cz, jejichž subdoménu blog.idnes.cz navštíví přes 600 tisíc unikátních uživatelů měsíčně⁹⁸. Drtivá většina blogerů píše nezávadné sloupky o svých koníčcích, umírněné reakce na společenské dění nebo články o osobním rozvoji či historii.

Srovnal jsem autory sestupně podle karmy (hodnocení oblíbenosti) a získal tak žebříček nejčtenějších/nejoblíbenějších blogerů na serveru. Obsahy článků 15 z 20 blogerů

⁹⁵ *Asociace nezávislých médií* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.nezavislamedia.cz/program-asociace-nezavislych-medii/>

⁹⁶ KADLEC, Miloš. ANM – Asociace nedůvěryhodných médií? Otázky nejen kolem Krameriovy ceny. *Manipulátoři.cz* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://manipulatori.cz/anm-asociace-neduvyehodnych-medii-otazniky-nejen-kolem-krameriovy-ceny/>

⁹⁷ Objektivita je cesta do pekla, pojďme raději říkat pravdu. *René Zavoral* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.renezavoral.cz/default/detail/21>

⁹⁸ *SimilarWeb* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.similarweb.com/>

s nejvyšší karmou⁹⁹ jsou silně nacionálně konzervativní, antiliberální, proruské a protimuslimské. Mezi nejčtenějšími blogposty nalezneme titulky jako “*Další krok k orwellovské diktatuře EU*”, “*V Kanadě mohou úřady odebírat děti rodičům, kteří nesouhlasí s genderovou ideologií*”, nebo “*Islámská ideologie opět v Evropě vraždila! Jak dlouho ještě bude?*” Konspirační teorie často vznikají na na první pohled nepřilíš důvěryhodných webech, což může část čtenářů odradit. Zde se však bez postihů zaměňují názory s fakty, přičemž vše probíhá na půdě a pod hlavičkou nejčtenějšího seriózního zpravodajského serveru v České republice. Blogy vytváří ideální prostředí pro šíření konspiračních narativů a hoaxů a jejich legitimizaci pomocí mainstreamových platform, na kterých se objevují.

3.4.4 Sociální sítě

Sociální sítě se v posledních letech staly informačním gatekeeperem – v České republice se přes polovinu uživatelů (52 %¹⁰⁰) dostává ke zpravodajství právě skrze ně. To přirozeně nahrává i dezinformačním webům, které právě skrze FB své příspěvky propagují – podle dat serveru SimilarWeb¹⁰¹ se například na AC24 23 % uživatelů dostává přes sociální sítě (všechny platformy dohromady, nicméně FB v drtivě většině), na Aeronet je to 9 %. Je třeba říci, že čísla se u různých stránek velmi liší – třeba pro Nwoo.org je to necelé 1 %, zatímco pro Lajkit je to dokonce 76 %.

	Vyhledávač	Soc. síť	Odkaz	Přímo
ac24	7,91	23,11	13,99	54,96
aeronet	10,39	9,07	34,2	39,81
czechfreepress	5,9	5,9	15,41	66,53
eurasia24	7	22,8	24,86	45,26
lajkit	1,69	76,15	2,19	18,58
novarepublika	17,63	3,04	16,94	62,39
nwoo	11,5	0,52	8,2	79,73
protiproud	13,5	7,8	23,81	54,03

⁹⁹ Seznam blogerů na blog.idnes.cz. *Blog.idnes.cz* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://blog.idnes.cz/blogeri.aspx?sortby=karma&sortorder=desc&query=>

¹⁰⁰ ŠTĚTKA, Václav. Digital News Report: Czech republic. *Reuters Institute Digital News Report 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/czech-republic-2017/>

¹⁰¹ *SimilarWeb* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.similarweb.com/>

svetkolemnas	8,76	45,08	8,82	36,99
zvedavec	8,08	3,59	14,37	73,44
Celkem	9,24	19,71	16,28	53,17

Tabulka č. 5: Míra návštěv jednotlivých stránek podle typu, čísla jsou v procentech. Zdroj: SimilarWeb.com

Dalším důležitým zdrojem závadných informací je bezesporu i YT (druhá nejnavštěvovanější webová stránka v ČR, hned po Google a před Seznamem¹⁰²). Video obsah je pro řadu lidí přitažlivější a zábavnější nežli text, zanechává v divácích silnější dojem, ale hlavně obraz snáze vytváří zdání autenticity. Manipulace s fakty je přitom ve videu přinejmenším stejně snadná jako v textu – stačí upravit popisek, sestříhat, přidat špatně přeložené titulky, či video jednoduše vytrhnout z kontextu.

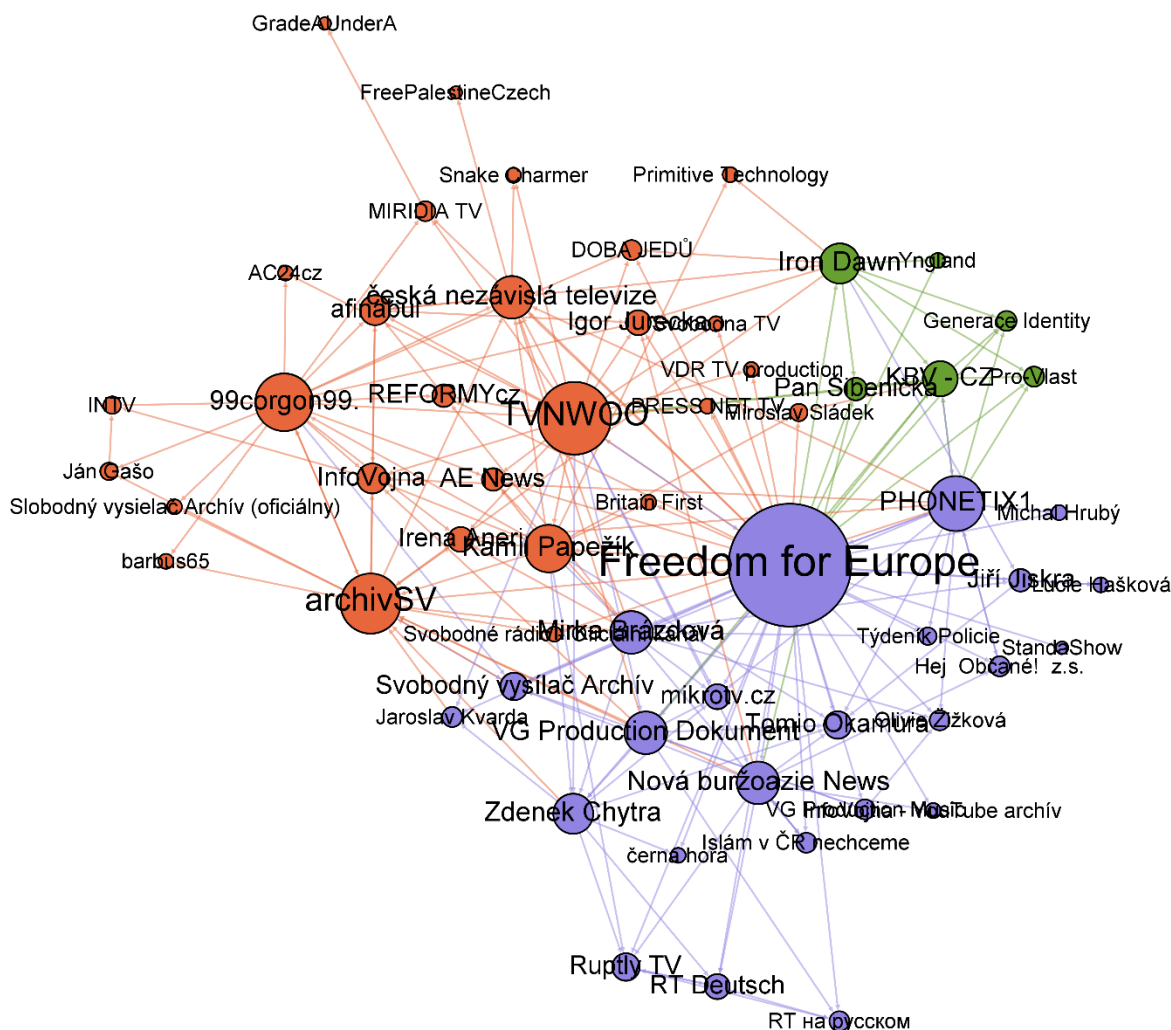
3.4.4.1 YouTube

Aplikujeme-li na YT stejný “experiment” jako jsme to udělali na vyhledávač Seznam, první výsledek, který nám tato sociální síť nalezne na základě “relevance” pro heslo “MH17”, je propagandistické video v ruském jazyce s českými titulky, svalující vinu sestřelení letadla na Ukrajinu (resp. USA). Celé video¹⁰³ je z ruské produkce, vypadá jako dokument, je profesionálně zpracované a vystupují v něm lidé označovaní jako experti a odborníci – ovšem informace v něm obsažené jsou objektivně lživé, nebo přinejmenším zavádějící a silně tendenční. Video, které má skoro 70 tisíc zhlédnutí, je publikováno kanálem TVNWOO, které má již podle názvu blízko ke konspiračnímu webu Nwoo.org a které je plný videí se silně proruským vyzněním.

Abych zmapoval dezinformační sféru na YT, vytvořil jsem síť kanálů (na této síti je takto nazýván profil) na základě jejich vzájemných vztahů vyjádřených skrze “související kanály” a skrze profily, které daný kanál odebírá. Jako počáteční bod jsem použil právě TVNWOO a hloubka analýzy byla nastavena na 2 (tedy nejen společné kanály dvou profilů, ale i společné společných). Získal jsem tak mapu českých dezinformačních YT kanálů, kterou jsem následně strojově rozdělil do klastrů. Velikost uzlů odpovídá počtu hodnotě *degree* (počet hran vedoucích do nebo z uzlu).

¹⁰² Alexa.com [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.alexa.com/>

¹⁰³ Jak zahynul Boeing MH17 – celý film - české titulky. In: *YouTube* [online]. 2014 [cit. 2017-12-10]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=YgNWAXWgq2k>



Obrázek č. 2: Síť jednotlivých YouTube kanálů spojených na základě „souvisejících kanálů“ a vzájemných odběrů.

Takto lze rozlišit 3 základní klustry – fialový je silně protiimigrační a protiislámský (Tomio Okamura, IvČRN), v jeho centru jako hlavní uzel slouží kanál Freedom for Europe a jako jediný je přímo napojen na vyloženě ruské zdroje (Russia Today). Oranžový kluster je spíše konspirační (AC24, Svobodný vysílač, InfoVojna) a jsou v něm zastoupeny i slovenské kanály, v jeho středu leží právě výše zmiňovaný TVNWOO. Nejmenší zelený kluster je svou povahou silně nacionalistický (antisemitský Iron Dawn, či KBV-CZ, Pro Vlast).

V celé síti jsou rozesety osobní profily českých konspirátorů, nacionalistů a protimuslimských aktivistů (Jiří Jiskra, Lucie Hašková, Jaroslav Kvarda, ...). Co však všechny kanály spojuje je prokremelský a antizápadní pohled na svět, silně nacionální tón a vykreslování EU jako nefunkčního a totalitního aparátu. Kanály dohromady tvoří silnou komunitu, odkazují na sebe jako na zdroj a navzájem na sebe reagují. Svým významem

navíc nejsou nikterak zanedbatelné – kupříkladu prokremelský archivSV (subkanál Svobodného vysílače) má celkově na všech videích přes 11 milionů zhlédnutí, konspirační TVNWOO 4,5 milionů.¹⁰⁴

3.5 Publikum

V této kapitole se blíže podíváme, kdo tvoří čtenářskou základnu českých dezinformačních webů a jejich FB mutací. Pokusím se čtenáře přiblížit nejen z hlediska demografických údajů, ale i na základě tematických okruhů, které daného čtenáře zajímají a jejich politického přesvědčení. Je třeba upozornit, že nebude popisován konkrétní uživatel. Ani není možné tvrdit, že všichni čtenáři daných médií jsou totožní. Jde spíše o zprůměrovaný archetyp, nebo “personu” chcete-li, která nám může sloužit spíše jako pomůcka pro představu nežli přesný odraz reálného.

3.5.1 Webové stránky

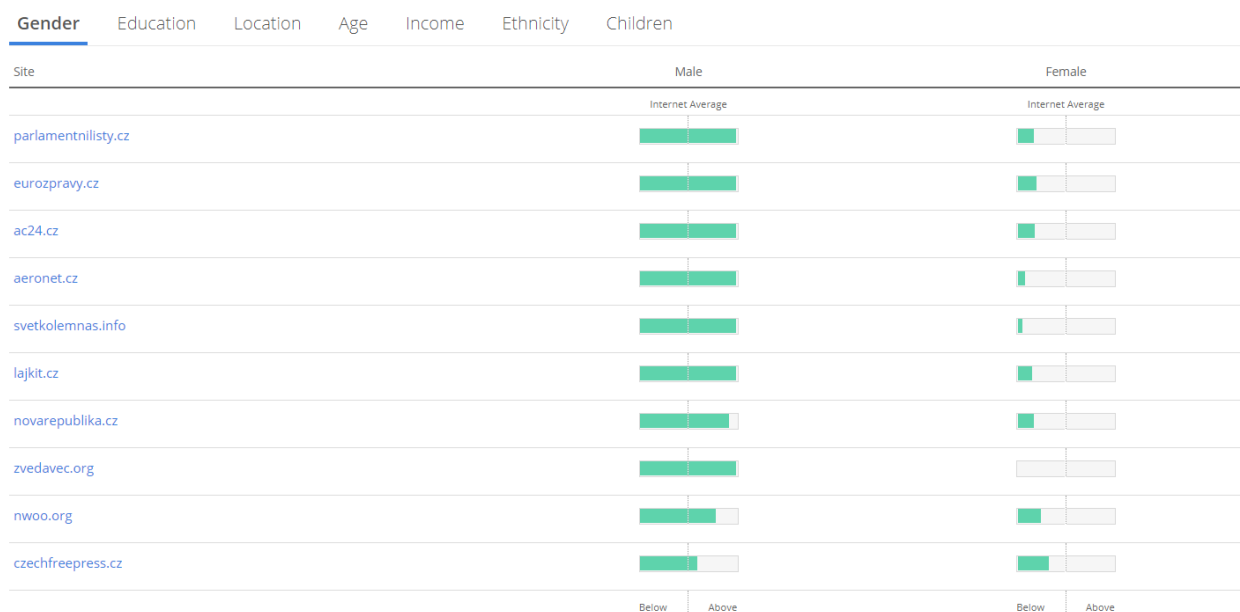
K analýze publika dezinformačních webů jsem opět využil serveru Alexa.com. Tato služba vychází z dat, která získává z chování uživatelů, jenž mají v prohlížeči nainstalovaný jejich *toolbar*. Měří popularitu stránek na základě návštěvnosti (přiděluje jim tzv. *Alexa rank*, což je kombinace průměrných denních návštěvníků a počtu návštěv za poslední měsíc¹⁰⁵), dále jejich podobnost i demografické údaje. O reliabilitě dat z Alexa.com se diskutuje, nicméně samotná firma proklamuje, že sbírá data od desítek milionů uživatelů, navíc jiný nástroj k podobnému účelu pro mě k dispozici není. Srovnal jsem stránky ze svého seznamu podle *Alexa rank* a vybral pouze 10 nejlépe umístěných (což podle očekávání poměrně dobře odpovídá i jejich návštěvnosti) a kouknul se na věk, pohlaví a vzdělání jejich čtenářů.

¹⁰⁴ *YouTube* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/>

¹⁰⁵ *Alexa.com* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.alexa.com/>



Obrázek č. 3: Rozložení publika dezinformačních webů podle věku. Zdroj: Alexa.com



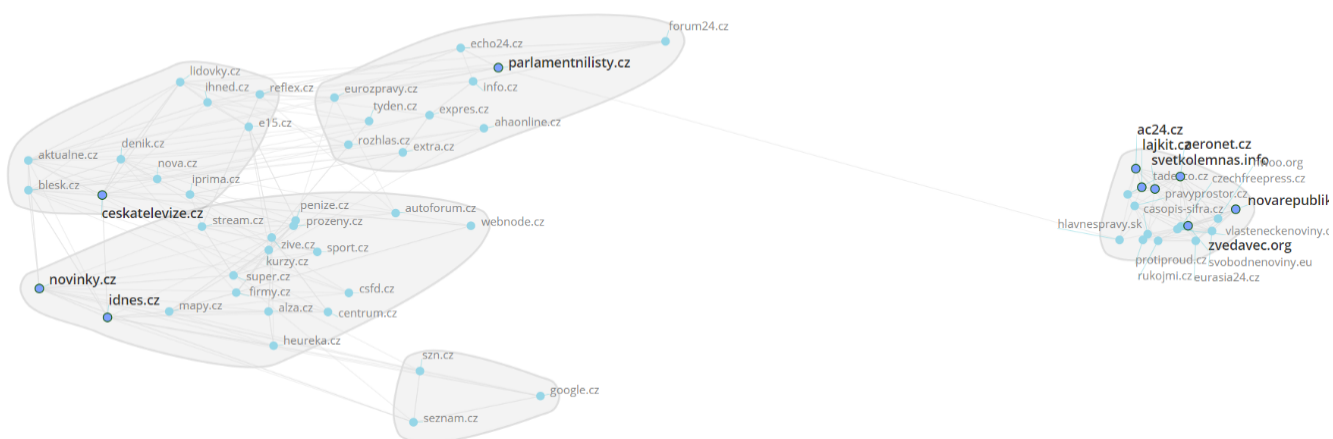
Obrázek č. 4: Rozložení publika dezinformačních webů podle pohlaví. Zdroj: Alexa.com



Obrázek č. 5: Rozložení publika dezinformačních webů podle vzdělání. Zdroj: Alexa.com

Výsledky jsou napříč stránkami poměrně homogenní. Z hlediska věku jednoznačně převažují starší lidé. Návštěvníci většiny webů jsou nadprůměrně zastoupeni (vůči internetovému průměru) ve věku 35+. Do 35 let je tomu naopak – lidé ve věku 18-34 tyto stránky navštěvují jen podprůměrně. Vzdělanostní dimenze je také poměrně jednoznačná – silně nadprůměrně jsou zastoupeni lidé bez vysoké školy, naopak lidé s VŠ na dezinformační weby téměř nechodí (výjimkou je jen AC24). Zajímavé je zastoupení pohlaví. Z dat poskytovaných serverem Alexa se zdá, že tyto weby navštěvují výhradně muži. Dalo by se tedy s určitou mírou zjednodušení říci, že typickým návštěvníkem některého z dezinformačních webů je starší muž bez vysokoškolského vzdělání.

Dále jsem využil nástroj *Alexa Audience Overlap*, tedy hledání podobných stránek na základě překryvu publika. Nástroj jednoduše sám strojově rozdělí podobné stránky do klastrů. Na vstup jsem zadal 7 dezinformačních webů s nejvyšším *Alexa rankem* (včetně Parlamentních listů) a 3 mainstreamové zpravodajské servery jako referenční skupinu (aplikace zadání více jak 10 stránek nepovoluje).



Obrázek č. 6: Audience overlap 7 největších dezinformačních webů a 3 mainstreamových. Zdroj: Alexa.com

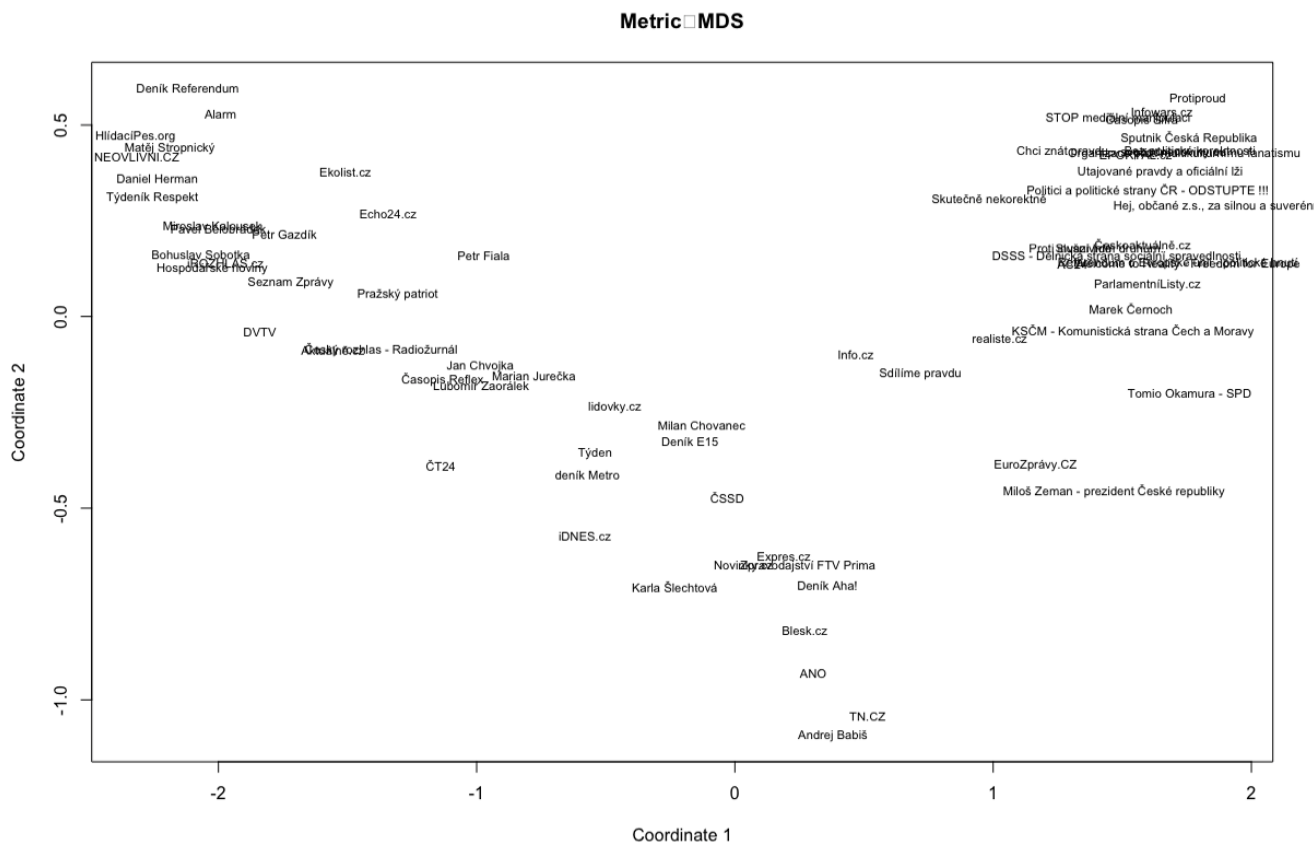
Nástroj sám dohledal nejbližší podobné stránky a rozdělil je do pěti klastrů. Klastry nalevo bych pojmenoval jako – vyhledávače, infotainment, zpravodajství a bulvár. Pátý klaster leží daleko od prvních čtyř a je složen čistě z dezinformačních webů, přičemž jediným spojením s ostatními jsou Parlamentní listy. Opět se tedy setkáváme s jevem, kdy Parlamentní listy plní funkci jakéhosi mostu mezi stránky hlavního proudu a těmi alternativními (antisystémovými). A opět se potvrzuje hypotéza, že publikum těchto stránek je značně homogenní – a to nejen na FB, ale i na webu samotném.

3.5.2 Facebookové stránky

Získat demografické údaje o uživatelích sledující nějakou stránku je poněkud obtížnější – služba Facebook *Audience Insights*¹⁰⁶ obvykle přesně toto umožňuje, ovšem mnou sledované stránky jsou natolik malé (v porovnání s celkovou velikostí FB), že *Audience Insights* o nich žádná data neposkytuje.

Zjistit alespoň politickou orientaci fanoušků však není příliš složité. Využil jsem svého datasetu a k matici popsané v kapitole Základní přehled jsem přidal uživatele, kteří lajkovali i na stránkách politických stran či jednotlivých politiků. Výsledek je vidět níže.

¹⁰⁶ Audience Insights. *Facebook.com* [online]. 2017 [cit. 2017-12-03]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/ads/audience-insights/people?act=55525761&age=18-&country=US>



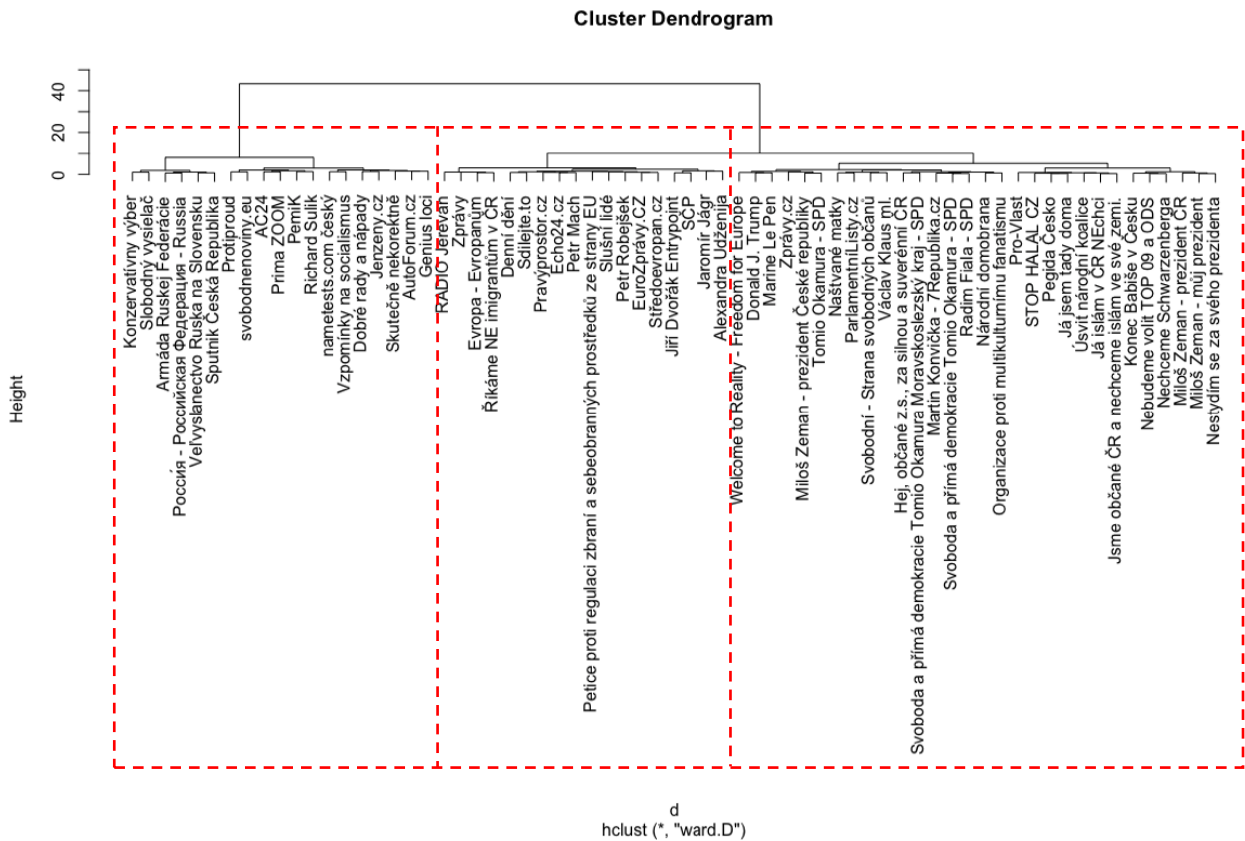
Graf č. 3: MDS graf základního datasetu a politických subjektů.

První pohled na MDS graf by mohl připomínat klasické pravo-levé dělení. Ovšem při bližším zkoumání se tato hypotéza pomalu rozpadá. Směrem od středu nalevo sice nalezneme i levicové deníky, ale především všechny seriózní či veřejnoprávní média – na úplně druhé straně je vidět shluk téměř všech mnou zkoumaných dezinformačních webů. Mezi “krajně pravicovými” weby, jako je Tomio Okamura či DSSS, navíc nalezneme například stránky KSČM či Miloše Zemana, kteří se za pravicové v žádném případě považovat nedají. To znamená, že voliči těchto politických uskupení čtou v drtivé většině stejné zdroje, tedy právě dezinformační weby. Střed grafu patří jakémusi mediánovému voliči, jsou zde zastoupeny stránky s velkým záběrem a nevyhraněným politickým stanoviskem, charakteristiky těchto čtenářů se dle mého názoru blíží průměru populace. Osu X bych tedy zhruba popsal jako systémové – antisystémové weby, osa Y jako zpravodajství – infotainment.

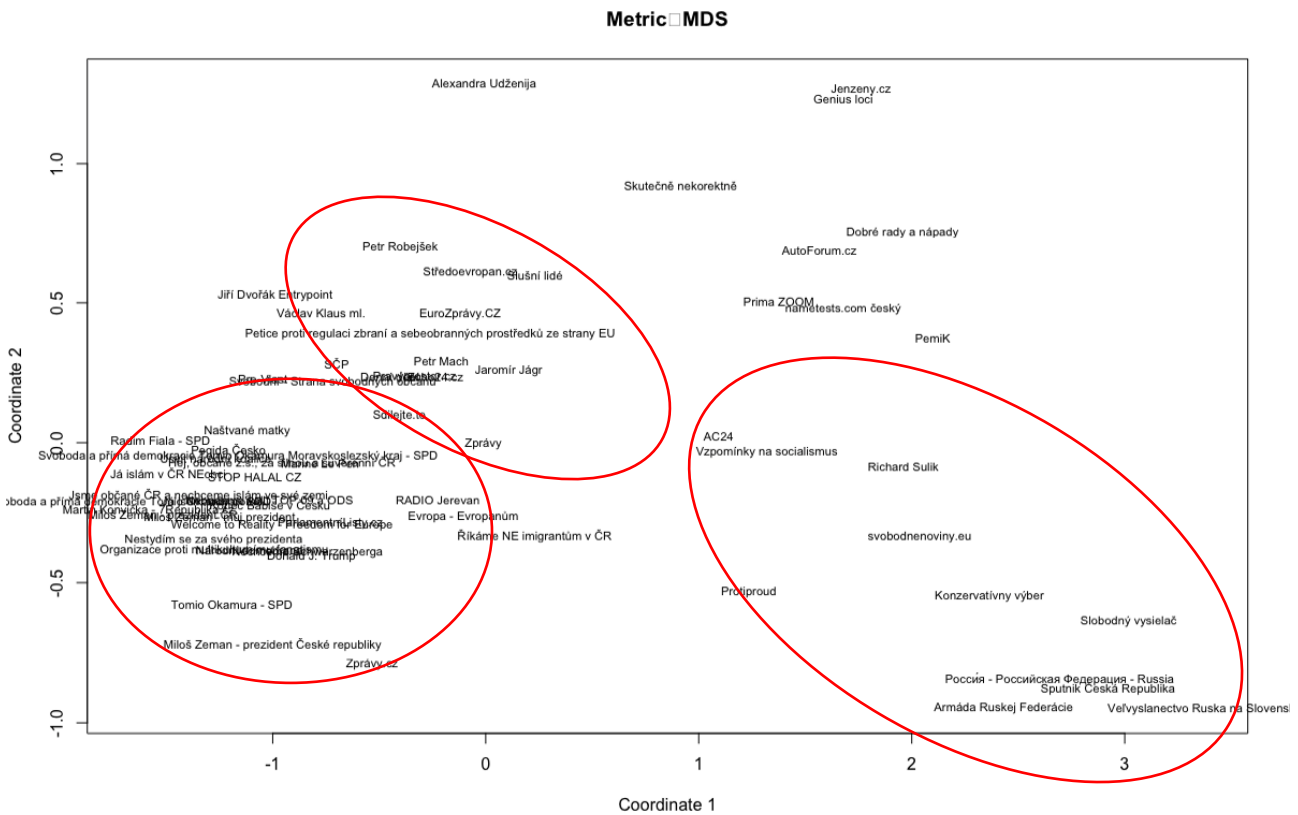
Druhou možností bylo stáhnout seznamy stránek, kterých jsou čtenáři dezinformačních webů fanoušci – tedy výše pospanou afinitní analýzu zájmů. Protože k

těmto datům není přístup přes Facebook API, bylo potřeba je získat jinak. K tomu jsem použil scrapovací nástroj – ten v podstatě nedělá nic jiného, než že sám otevírá jeden profil za druhým a z každého postupně stáhne stránky, které uživatel označil jako “To se mi líbí”. To funguje pouze tehdy, má-li uživatel svůj FB profil otevřený pro veřejnost. Je třeba poznamenat, že tento postup je poměrně problematický. Zaprvé získávání údajů o osobách tímto způsobem (strojově) je proti smluvním podmínkám FB. Zadruhé veškerá data nejsou anonymizována. Pro tuto diplomovou práci jsem se rozhodl první problém ignorovat (druhou možností by bylo všechny profily otevírat a stránky vypisovat ručně, to by však zabralo ohromné množství času a získal bych identický výsledek) a druhý vyřešit tím, že konkrétní ID uživatelů nikde v práci nezveřejním a po statistické analýze data smažu.

Scrapování uživatelských dat je časově náročné, datový vzorek o velikosti řádově tisíců uživatelů se může stahovat i několik dní. Proto je třeba vybrat vzorek na jednu stranu ne příliš veliký, ale zároveň dostatečně reprezentativní. Tento počet jsem určil na 600. Pokud bych ale vybíral pouze 600 nejaktivnějších z celého datasetu (kromě Parlamentních listů – těm se budu více věnovat v další kapitole), pravděpodobně by mi do výběru spadli pouze uživatelé z největších stránek – já chci ale vzorek rovnoměrně rozložený mezi všechny mnou zkoumané dezinformační weby. Proto jsem počítal procentní zastoupení uživatelů z jednotlivých stránek na základě celkového počtu lajků, které daná stránka získala za celé období (jinými slovy, stránka, která sbírá hodně lajků bude mít větší zastoupení svých lajkujících ve vzorku nežli stránka z tohoto hlediska malá). Poté jsem ze všech stránek vybral pouze takový počet nejaktivnějších uživatelů, jaký mi vyšel o krok dříve a celkový počet se nakonec rovnal 600.

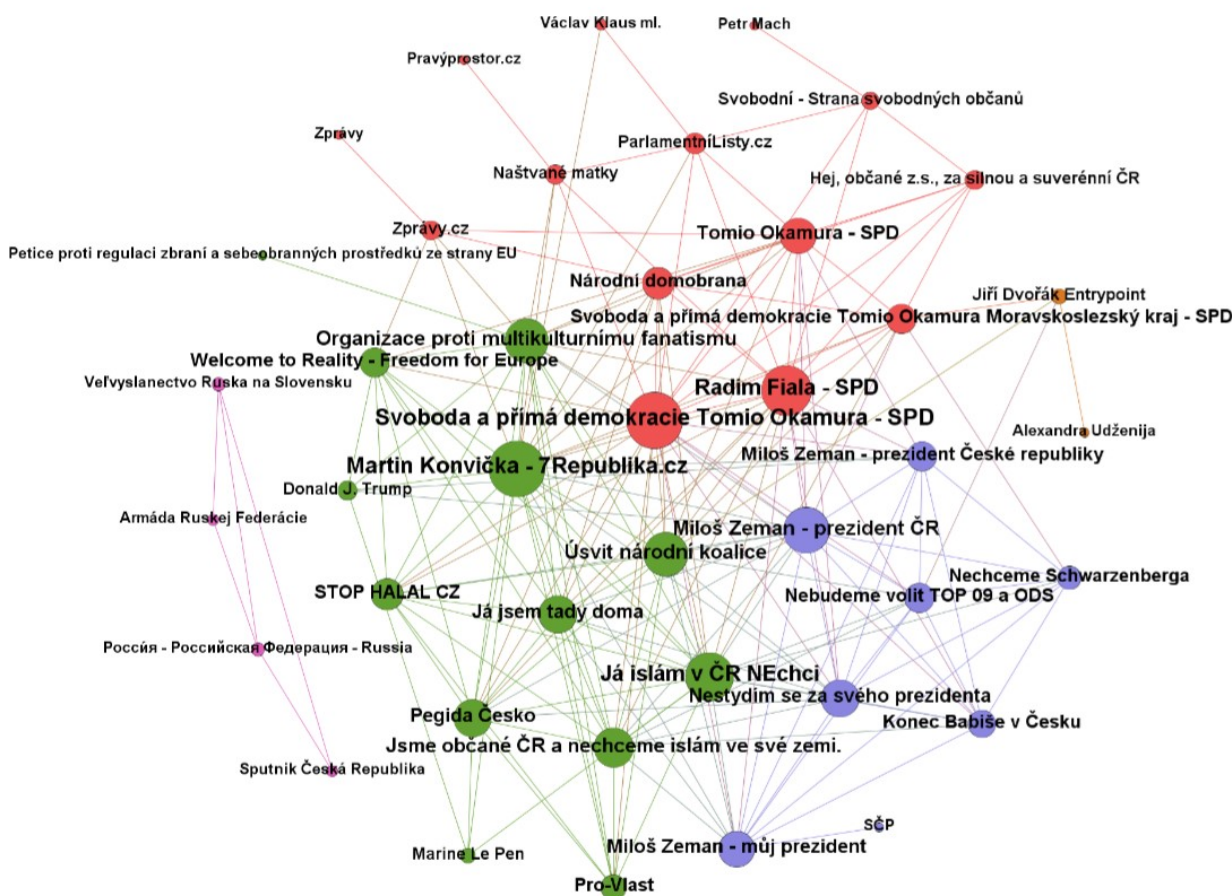


Graf č. 4: Afinitní analýza zájmů. Dendrogram 600 nejaktivnějších uživatelů na dezinformačních webech.



Graf č. 5: Afinitní analýza zájmů. MDS graf 600 nejaktivnějších uživatelů na dezinformačních webech se zvýrazněnými klastry.

V MDS grafu lze identifikovat 3 základní klastry. Vpravo dole vidíme skupinu explicitně ruských/proruských stránek, nad ní jsou rozesety stránky patřící do kategorií infotainment či volný čas. Druhý klaster bych charakterizoval jako euroskeptický a vyskytují se v něm tímto směrem výrazné politické subjekty. Třetí nejhustší a nejhomogennější klaster je opět směs antisystémových a protimuslimských stránek – základními rysy je anti establishment, odpor k liberálním stranám, nacionalismus a silný odpor k muslimům a imigrantům. Zajímavé je, že zatímco v euroskeptické skupině lze ještě najít některé zpravodajské weby (např. iDnes, Echo24), v té protimuslimské není jediný. Podobný, avšak přehlednější výsledek dostaneme po vizualizaci v programu Gephi.

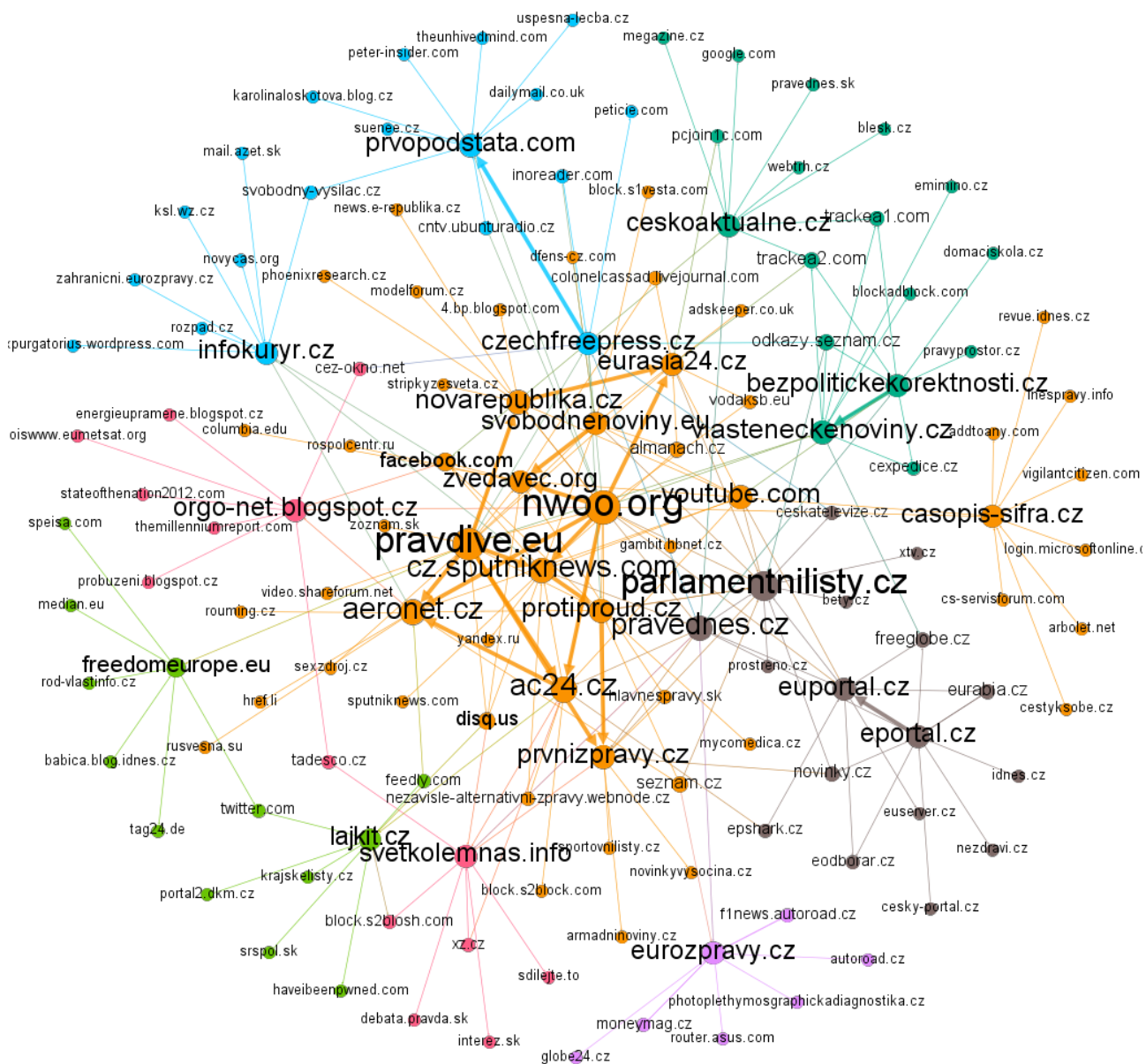


Obrázek č. 7: Afinitní analýza zájmů vizualizována pomocí Gephi jako síťový graf.

Na této síti lze oproti MDS grafu identifikovat ještě jeden tematický klaster (fialový) – podpora Miloše Zemana na pozici prezidenta ČR (resp. odpor ke Karlovi Schwarzenbergovi jakožto jeho bývalému protikandidátovi). Dalo by se tedy říci, že nejaktivnější fanoušci dezinformačních webů na FB spadají do jedné nebo více z těchto čtyř skupin.

3.6 Pohyb uživatelů

Existuje více možností, jak zjistit, odkud uživatelé na dané stránky přicházejí. Pro tuto analýzu jsem opět vybral pouze 10 dezinformačních webů s nejvyšším *Alexa rankem* a zprůměroval procenta. Jak je vidět výše (viz Tabulka č. 1), ve většině případů (průměrně 53 %) se lidé na stránky dostávají přímo, tedy zadáním URL adresy přímo do lišty prohlížeče. Druhou nejčastější cestou je skrze sociální sítě (20%). Některé stránky se však v číslech poměrně liší – záleží, jak moc aktivní mají FB profil atd. Například Lajkit má dokonce 76 % přístupů skrze sociální sítě, naopak třeba na CzechFreePress se dostávají 2/3 uživatelů přímo. Průměrně přes 16 % lidí se na stránky dostane skrze odkaz umístěný na jiném webu – a právě tento pohyb uživatelů jsem se pokusil zobrazit níže. Server SimilarWeb nabízí možnost vidět domény, ze kterých nejčastěji na zadanou stránku lidé přicházejí i na jakou dále pokračují. Vybral jsem vždy pouze prvních 5 domén, další v pořadí se pohybovaly už jen v jednotkách procent. Data jsou za září 2017.

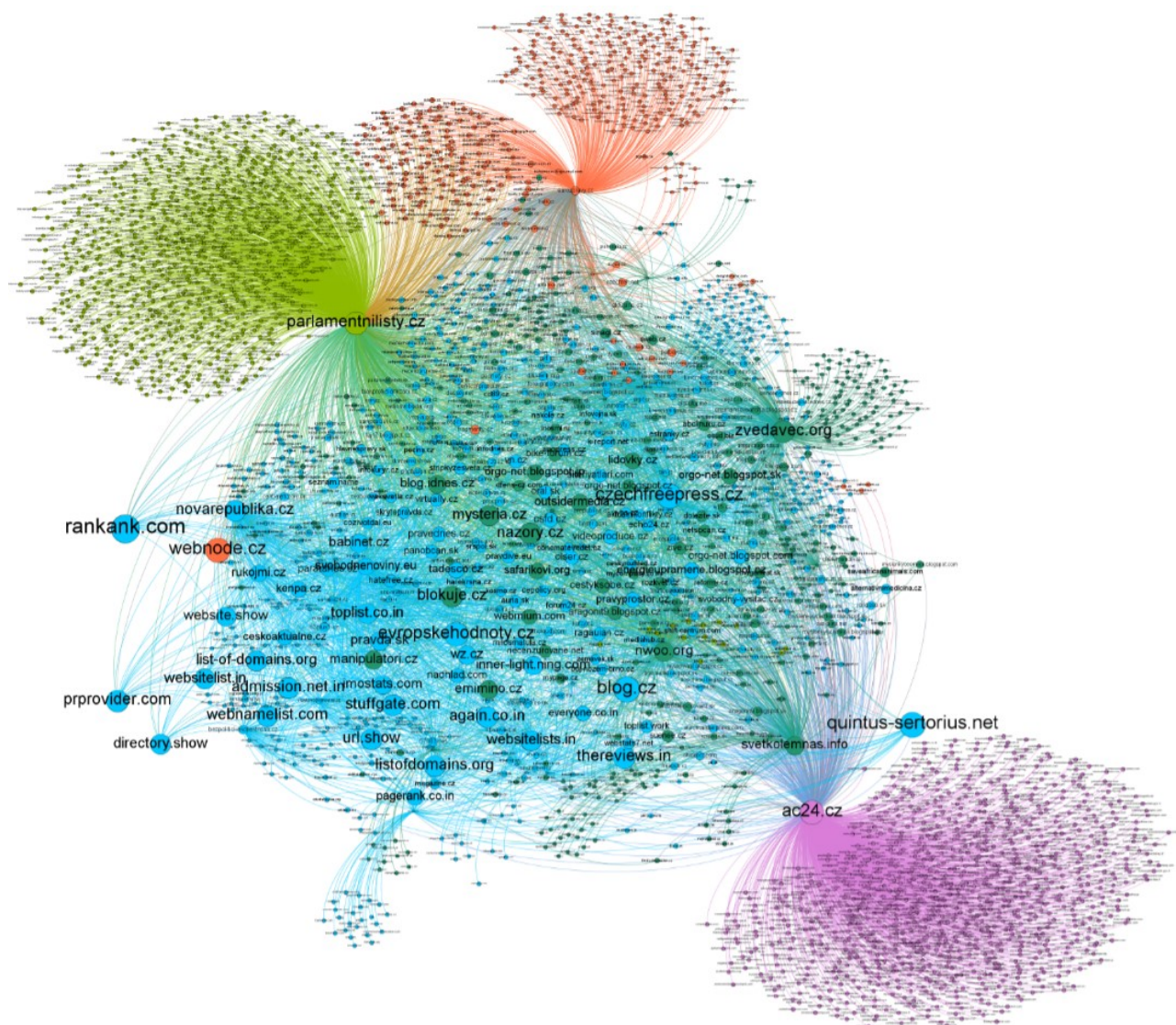


Obrázek č. 8: Jak se uživatelé pohybují mezi jednotlivými dezinformačními weby, vizualizováno pomocí Gephi.

Velikost uzlů odpovídá velikosti *degree*, tedy největší uzly se nejčastěji nacházejí po cestě mezi dvěma různými stránkami. Z toho hlediska jsou nejdůležitější weby NWOO, Pravidivě a Parlamentní listy. Jak lze vidět na obrázku, největší pohyb uživatelů se odehrává v oranžovém klastru, který je složen z těch největších dezinformačních webů. Tmavě šedý klastr obsahuje především Parlamentní listy a většinu stránek spadající pod stejné vydavatelství (Český portál) - stránky jako FreeGlobe, Eurabia a další byly ještě donedávna přímo jejich subdomény. Zajímavé je ale to, že stejnou definicí jako výše jmenované mají i První zprávy a Protiproud, tyto dvě stránky však mají dle pohybu

uživatelů blíže ruskému Sputniku nebo webu AC24. Za důležitý považují i fakt, že nevznikl žádný shluk stránek, který by nebyl nijak propojen s ostatními – to znamená, že mnou zkoumané weby tvoří značně homogenní zdroj informací pro určitou skupinu lidí.

Další možností, jak se podívat na cesty, kterými se uživatelé na dezinformační weby dostávají, je prozkoumat síť odkazů, které na dané weby vedou. Seznam domén, ze kterých vedou linky na zadané stránky, opět poskytuje Alexa. Stáhnul jsem tedy tyto doménové seznamy pro všechny mé dezinformační weby, sloučil je a zvizualizoval v Gephi. Vznikla hustá *directed* síť o 3113 uzlech (domény) a 6083 hranách (link z jedné stránky na druhou). Velikost uzlů (a popisků) je závislá na velikosti *out-degree*, tedy na množství odkazů, které z dané domény míří přímo na jednu z mnou zkoumaných stránek.



Obrázek č. 9: Odkud uživatelé přicházejí na dezinformační weby. Čím je uzel větší, tím více se na oné doměně nacházejí odkazy právě na ně. Vizualizace pomocí Gephi. Zdroj: Alexa.com

žebříčku českých dezinformačních webů, v nichž jsou vždy popisovány jako web největší a nejdůležitější. Ač je toto zařazení poměrně problematické, faktem zůstává, že za dobu fungování Parlamentních listů se právě odtud ve velkém měřítku mnohokrát šířily neověřené či nepřesné informace.¹⁰⁷ Vzhledem k tomu, že počet reálných uživatelů, kteří měsíčně tento server navštíví, se blíží půl milionu¹⁰⁸, je potřeba se na Parlamentní listy podívat podrobněji.

3.7.1 Oblíbené médium politiků

Dalším nezanedbatelným faktorem, proč Parlamentní listy hrají roli velice důležitého hráče na poli českých médií (kromě relativně vysoké návštěvnosti), je skutečnost, že je hojně používána a sdílána českými politiky. Z FB stránek členů vlády jsem stáhl veškeré jejich příspěvky za poslední rok a vytřídil všechny externí odkazy. Z frekvenční tabulky lze vidět, že Parlamentní listy byly celkově sdíleny 133x, což z nich dělá celkově 4. nejsdílenější zpravodajský web mezi vrcholnými představiteli naší země.

Page	Freq.
facebook.com	8442
mkr.cz	494
novinky.cz	478
ceskatelevize.cz	296
zpravy.idnes.cz	211
youtube.com	145
parlamentnilisty.cz	133
kdu.cz	114
zpravy.aktualne.cz	110
echo24.cz	107

Tabulka č. 6: Frekvenční tabulka sdílených domén politiky ČR. Data jsou za období 1. 8. 2016 až 1. 8. 2017.

¹⁰⁷ VASILKO, Tomáš. Toto je Paříž, píše český portál a ukazuje rok staré protesty taxikářův. *Denník N* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://dennikn.sk/691248/toto-je-pariz-pise-cesky-portal-a-ukazuje-rok-stare-protesty-taxikarov/>

¹⁰⁸ Návštěvnost Netmonitor. *Kurzy.cz* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/~nr/netmonitor/parlamentnilisty-cz/home/>

Co se týče oblíbenosti politiků, například prezident Zeman několikrát server chválil jako objektivní a sám mu nadprůměrně často poskytuje rozhovory. Petr Žantovský, autor pravidelných sloupků na Parlamentních listech kritizujících veřejnoprávní média, ale i přispěvatel na konspirační web Rukojmí dokonce v roce 2017 dostal od Miloše Zemana státní vyznamenání za zásluhy. Už to samo o sobě dodává těmto serverům jistou míru legitimacy a punc seriózního zpravodajství.

Parlamentní listy představují vlajkovou loď nové “alternativní” mediální scény, tedy určité sféry titulů, které se vymezují vůči médiím hlavního proudu a jejich “politické korektnosti”. Jejich hlavním mottem je, že neselektují informace a nikomu neupírají právo na to se vyjádřit. V praxi to vypadá tak, že na web může přispívat takřka kdokoliv a psát cokoliv (přičemž není jasně znatelná hranice mezi tím, co je názor a co je už zpravodajství). A to od čistě rasistických a nenávistných článků na jednom z jejich bývalých subdomén (např. EUrabia), až po zcela smyšlené zprávy od neexistujících autorů – novinářům Karlu Goldmannovi a Janu Binderovi se například podařilo vydat na Parlamentních listech článek o tom, že za teroristickými útoky v Evropě mohou pražští cyklisté, kteří tak chtějí docílit zákazu aut.¹⁰⁹ Článek vyšel bez jakéhokoliv editorského zásahu.

Pokud tedy přijmeme tezi, že Parlamentní listy nakonec patří mezi tzv. dezinformační weby, pak se jedná o web z této kategorie nejčtenější, nejdílenější a s největším dosahem, tedy v konečném důsledku o web nejvlivnější.

3.7.2 Praktiky

Na první pohled se Parlamentní listy až tak neliší od klasických zpravodajských webů. Hlavní náplní stránky jsou články o aktuálním dění doma i ve světě, rozhovory s politiky a jinými veřejnými osobnostmi jako jsou umělci, podnikatelé apod. Web však ihned zaujme nezvykle dlouhými titulky a nadměrným používáním citací. Velmi časté jsou

¹⁰⁹ KYŠA, Leoš. Atentáty v Evropě jsou dílo pražských cyklistů! Američané chtěli v Sýrii vypustit chemtrails a omylem si naložili sarin: Recesisté propašovali do Parlamentních listů články plné nesmyslů. Editori webu to nepoznali a vydali je. *MediaHub.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://mediahub.cz/media/945656-atentaty-v-evrope-jsou-dilo-prazskych-cyklistu-americane-chteli-v-syrii-vypustit-chemtrails-a-omylem-si-nalozili-sarin-recesiste-propasovali-do-parlamentnich-listu-clanky-plne-nesmyslu-editori-webu-to-nepoznali-a-vydali-je>

bulvární zkratky v titulcích a motivy konfliktu mezi dvěma či více aktéry – titulky jsou běžně velmi emotivní, plné interpunkčních znamének a vulgarit. Dříve se v titulcích používaly i kapitálky pro zvýraznění jednotlivých slov a pro celkové zdůraznění naléhavosti článku.

Autoři textů často ani netvoří vlastní obsah, běžně si vystačí s přepisováním či focením FB statusů či komentářů politiků a jiných osobností, někdy i jen náhodných komentujících uživatelů. Redakce tak nevyjadřuje své postoje přímo, ale skrze vybrané citace ostatních. Extrémní názory ze všech směrů jsou prezentovány skrze vyjádření známých osobností, tím často smyšlené, nenávistné či jinak nevěrohodné zprávy získávají konkrétní zdroj a redakce se vždy může při obvinění z neetičnosti daného výroku odvolat na to, že jde o citaci názoru někoho jiného.

Značná část obsahu je navíc překopírovaná z jiných periodik. To by samo o sobě nebylo nijak závadné. Co je však oním bodem zlomu je fakt, že vedle článků, které je možné označit za zpravodajství (z hlediska faktické správnosti obsahu) se na webu objevuje velké procento článků, které se jako objektivní pouze tváří, ve skutečnosti však jde o subjektivní názorové texty. Články navíc ani zpravidla nemívají uveden žádný zdroj (jako zdroj obvykle stačí citace odborníka či politika, ovšem jako “odborník” zde může být uveden v podstatě kdokoliv).

Jak například zjistili výzkumníci z Masarykovi Univerzity¹¹⁰, Parlamentní listy uvádějí zdroj v pouhých 40 % případů, což je dokonce méně, než jak je tomu u prokremelského webu Sputntik. Co se týče manipulativních technik, které si výzkumníci předem stanovili a definovali, Parlamentní listy se k některým z nich uchylují též častěji než Sputnik. Například svalování viny se na Parlamentních listech vyskytuje v polovině případů (Sputnik 44 %), nálepkování v 32 % (Sputnik 9,3 %) a apel na strach v 12 % (Sputnik 6,5 %) případů.

¹¹⁰ GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. *Analýza manipulativních technik na vybraných českých serverech* [online]. Brno: Fakulta sociálních studií, Masarykova Univerzita, 2016, , 9 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z:

https://www.academia.edu/26046763/V%C3%BDzkumn%C3%A1_zpr%C3%A1va_Anal%C3%BDza_manipulativn%C3%ADch_tech_nik_na_vybran%C3%BDch_%C4%8Desk%C3%BDch_serverech

3.7.3 Pozadí

Vlastnické pozadí Parlamentních listů je zmapováno poměrně dobře. Web vydává společnost OurMedia, kterou od roku 2017 ze 70 % vlastní senátor Ivo Valenta.¹¹¹ Společnost dále vlastní 50 % společnosti Easy Communications s.r.o., do jejíhož portfolia patří dezinformační portál Prvnizpravy.cz. Do obchodního portfolia OurMedia dále spadá vydavatelství Český portál (který vydává různé konspirační a xenofobní weby jako jsou například EUrabia.cz, Freeglobe.cz a další), Protiproud (který spravuje bývalý tiskový mluvčí exprezidenta Klause Petr Hájek a který do roku 2017 spadal přímo pod Parlamentní listy), či síť regionálních zpravodajských serverů Regionální novinky a.s. Vztah společnosti OurMedia s těmito weby je ovšem nejasný, samotná firma k tomu na své internetové stránce píše, že na ně nemá vliv žádný.¹¹² Ovšem ještě nedávno servery jako Freeglobe, Euserver nebo Eurabia byly přímo subdoménou Parlamentních listů a jsou nadále propojené i personálně. Ještě do roku 2015 seděl ve správní radě vydavatelství Český portál známý český antisemita a popírač holokaustu Adam Bartoš.¹¹³

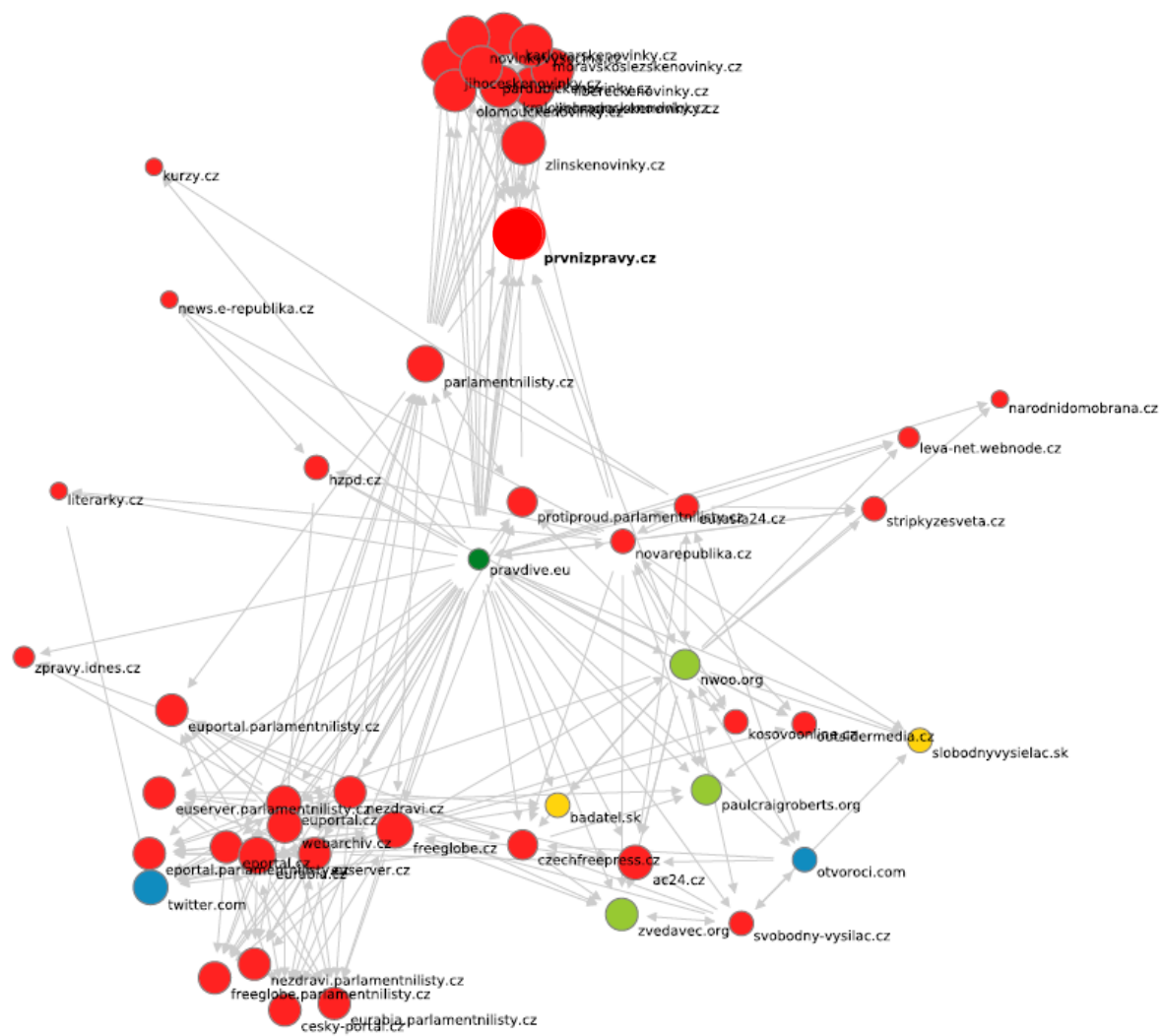
Zatímco První zprávy i Protiproud byly ještě donedávna přímo subdoménou Parlamentních listů, a jejich vzájemný vztah je tak jasný, propojení zbylých webů je dnes možné popsat již pouze nepřímou. K tomu jsem použil nástroj zvaný *IssueCrawler*¹¹⁴. Jedná se o scrapovací nástroj, který prochází zdrojový kód předem specifikovaných webových stránek (v mém případě české dezinformační weby) a ukládá všechny externí odkazy, které v něm nalezne. Na těch následně provede tzv. “co-link” analýzu, při které vrátí všechny externí odkazy, které se vyskytly alespoň u dvou předem specifikovaných webů, jinak řečeno, zaznamená pouze ty odkazy, které jsou pro alespoň dva weby z původního seznamu společné. Když se očistí všechny tyto URL na pouhou doménu, lze domény poměrně přehledně uspořádat a vizualizovat do klastrů. Získáme tak síť webů uspořádanou podle toho, na jaké jiné stránky samy odkazují.

¹¹¹ MIKEL, Jakub. Vydavatel Parlamentních listů hradí finanční ztráty a zbavil se konspiračního Protiproudu. *HlidacíPes.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://hlidacipes.org/vydavatel-parlamentnich-listu-poodhalil-karty-hradi-ztraty-predeslych-let-unoru-se-zbavil-konspiracniho-protiproudu/>

¹¹² Portfolio. *OurMedia* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.ourmedia.cz/portfolio/>

¹¹³ BOUŠKA, Josef. O fašistickém podhoubí Parlamentních listů. *Reportér Magazin* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://reportermagazin.cz/a/iqw6/o-fasistickem-podhoubi-parlamentnich-listu>

¹¹⁴ IssueCrawler. *Govcom.org* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: http://www.govcom.org/Issuecrawler_instructions.htm



Obrázek č. 11: Jak jsou weby propojené pomocí externích odkazů. Zdroj: IssueCrawler

Na první pohled je vidět, jak silně jsou propojené weby přímo (ale i nepřímo) spadající pod OurMedia. Pouhým okem můžeme rozeznat dva hlavní klastry. První, nejvýraznější a nejhustěji pospojovaný klast, je tvořen jednotlivými doménami Regionálních novin (které patří spíše do kategorie zpravodajství). Ten druhý se nachází na opačné straně sítě a je naopak tvořen všemi konspiračními a dezinformačními weby (EUserver, EUportal, Freeglobe atd.), které mají přímo či nepřímo vztah se společností OurMedia. Parlamentní listy v této síti tvoří jakýsi most mezi názorově silně zaujatým, avšak relativně nezávadným zpravodajstvím z regionů a čistě konspiračními stránkami. Co je však všem doménám společné, je množství vzájemných odkazů s Parlamentními listy.

Zajímavou pozici zastávají První zprávy. Tento web svým obsahem spadá jednoznačně do spodního klastru (čistě dezinformační weby), avšak je odkazy propojen pouze s Regionálními novinkami. Regionální novinky míchají standardní a neutrální zpravodajství z regionů, ekonomie či sportu (v drtivé většině velice banální a krátké zprávy, jako zdroj bývá uveden tiskový mluvčí daného kraje apod.) s dezinformacemi a názorově silně zaujatými texty, přičemž všechny tyto “závadné” texty se nachází právě na Prvních zprávách (ze kterých naopak zpět odkazuje sekce Regiony). První zprávy tak de facto tvoří jakousi dezinformační sekci Regionálním novinkám. Tyto jednotlivé weby tak dohromady tvoří poměrně komplexní a rozsáhlý ekosystém stránek, které míchají pravdivé a smyšlené, přičemž se navzájem uvádějí jako zdroje. A na všechny tyto stránky odkazují i Parlamentní listy.

3.7.4 Financování a kontroverze

Jak již bylo popsáno výše, lze dezinformační weby rozdělit na dvě hlavní skupiny – ty, které mají za cíl šířit fabulace a nepravdy z politických důvodů a ty, které využívají virálního potenciálu smyšlených a kontroverzních textů a vydělávají na čtenosti. Parlamentní listy lze poměrně bezpečně zařadit do té druhé skupiny – představují velice oblíbený reklamní server, podle výše citované analýzy OSF si mohou měsíčně přijít až na 1,5 milionu korun pouze z inzerce. Druhý zdroj příjmů je však už na hraně legálnosti – server totiž často slouží jako reklama i pro orgány státní správy, jako jsou například Ministerstvo pro místní rozvoj, Hlavní město Praha¹¹⁵ či přímo samotní politici jako je ex-hejtman Jihomoravského kraje Michal Hašek (který na propagaci své osoby zaplatil nejméně 650 tisíc korun¹¹⁶). Ty si u nich platí inzerci v řádech statisíců korun na svou propagaci – tyto inzertní texty však nebyly na Parlamentních listech označeny jako komerční sdělení, což přímo ukládá zákon. Problém tedy je, že čtenář může považovat pochvalné texty za objektivní informování o úspěších daných politických aktérů, nikoliv za politické PR. Těmito placenými reklamními texty je tak sponzorován dezinformační server, a to přímo z peněz daňových poplatníků.

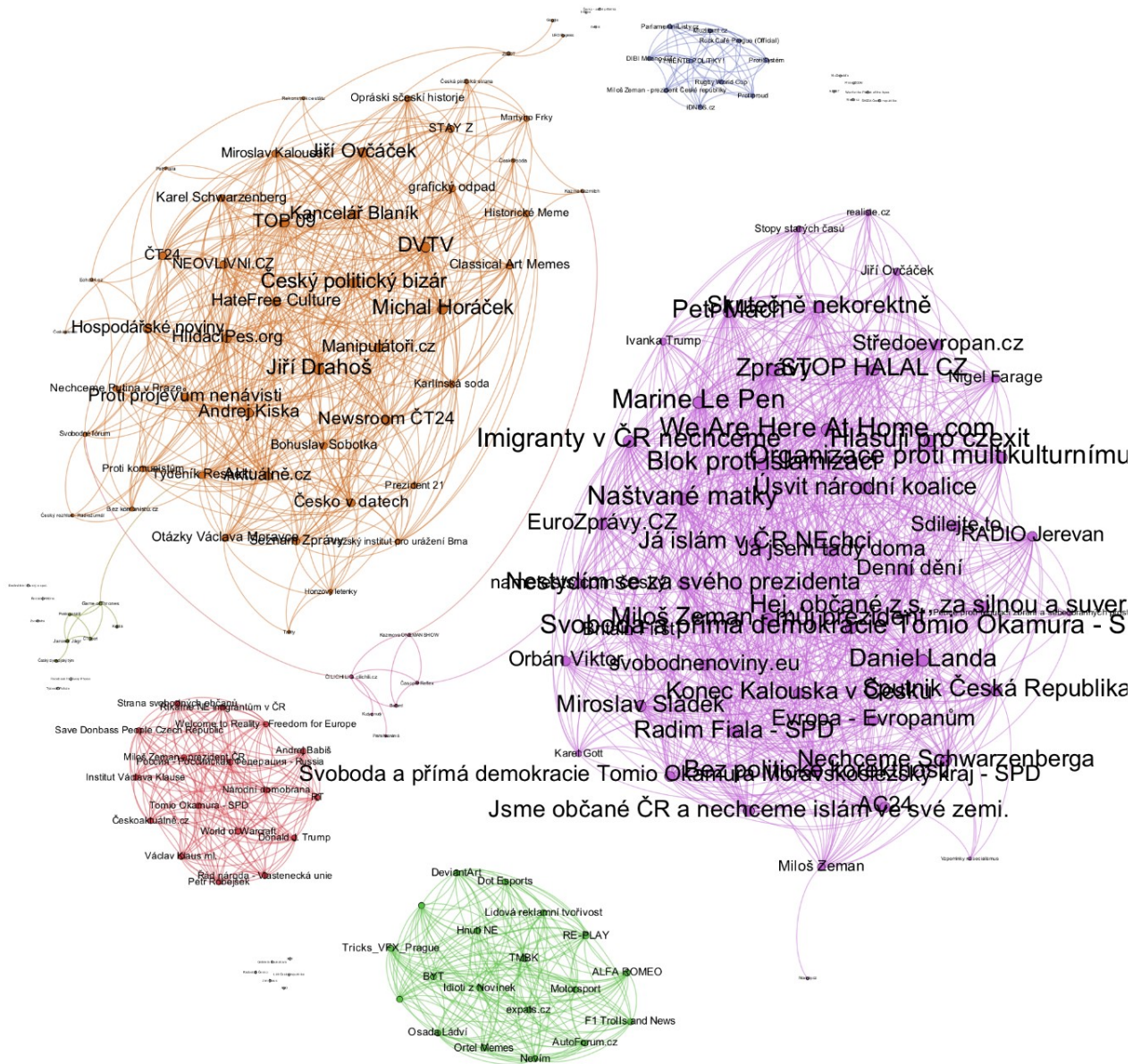
¹¹⁵ MAZANCOVÁ, Hana. Praha si platila kampaň na Parlamentních listech. Za neoznačené texty dala téměř 120 tisíc. *IRozhlas.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/praha-si-platila-kampan-na-parlamentnich-listech-za-neoznacene-texty-dala-temer-120-tisic_201701160600_hmazancova

¹¹⁶ VALÁŠEK, Lukáš. Jihomoravský kraj platil statisíce za pozitivní články o Haškovi. *IDnes.cz* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://brno.idnes.cz/michal-hasek-hejtman-jihomoravsky-kraj-medialni-sluzby-jt-media-pw5-/brno-zpravy.aspx?c=A160804_081250_brno-zpravy_jkk

Jak lze vidět, hypotéza o tom, že Parlamentní listy konzumují obě “strany”, tedy jak lidé s antisystémovými názory, tak lidé běžně čerpající informace z médií hlavního proudu, je značně problematičtější. V prostředí FB je zcela mylná. Ve skutečnosti jsou aktivní FB fanoušci Parlamentních listů velice homogenní skupina – program Gephi je dokázal na základě překryvů stránek rozdělit na pouhé 2 větší skupiny a jednu malou nacházející se mezi nimi. Jak lze vidět na obrázku, zelený klastr je směs antisystémových či protimuslimských stránek a fanclubů prezidenta Zemana. V růžovém klastru jsou (také kromě protimuslimských) zastoupeny primárně konspirační weby a osobní stránky (krajně) pravicových politiků jako jsou Tomio Okamura, Petr Mach či Václav Klaus ml. Modrý klastr je na pomezí těchto dvou a tvoří jakýsi mainstream mezi extrémistickými názory – hlavní uzly jsou Tomio Okamura – SPD (hlavní stránka tohoto hnutí), Stop imigraci, Miloš Zeman, a právě Parlamentní listy. Na druhou stranu nám analýza publika webových stránek naznačuje (viz obrázek č. 6), že čtenáři webové verze jsou do značné míry podobní čtenářům bulváru, či názorových deníků jako je Echo24 a Forum24, spíše nežli čistě dezinformačních webů. To si vysvětlují především odlišnou demografií uživatelů FB a webového publika.

Je poněkud zvláštní, že se nám již mnohokrát v průběhu této práce objevily Parlamentní listy v roli jakéhosi průsečíku mezi mainstreamovými zpravodajskými médii a těmi antisystémovými, a zároveň při zkoumání největších fanoušků Parlamentních listů lze čtenáře zavedených titulů najít jen velmi těžko. Na základě předchozí analýzy, ve které se sice čistě konspirační weby objevovaly, ale jen relativně pomálu (z těch “nejextrémnějších” snad jen AC24), osobně soudím, že typický čtenář (tedy ne ten, co Parlamentní listy rozklikne jen občas/náhodou) nehledá ani tak obskurní konspirace a alternativní narativy, jako spíše zásadně nedůvěřuje etablovaným médiím, obává se migrační krize, smýšlí výrazně nacionálně – a hlavně zastává silně protiislámský a protiimigrační postoj (ten se totiž vyskytoval ve všech třech skupinách). Jinými slovy, lidé, kteří ztratili důvěru v mainstreamové zpravodajství a zároveň jsou pro ně weby typu NWO až příliš extrémní, našli svůj informační pramen právě na Parlamentních listech – pravděpodobně i z toho důvodu, že oproti konspiračním webům si stále dokáží zachovat obraz důvěryhodného zdroje. Bohužel, jak již bylo ukázáno dříve, sem prosakují informace spíše z té dezinformační sféry nežli z hlavního proudu.

Parlamentní listy obecně vzbuzují značné ohlasy. Toho jsem se pokusil využít, abych ilustroval zásadní rozdíl mezi čtenáři, kteří Parlamentním listům nedůvěřují a považují je za mediálně destruktivní a těmi, kteří je brání jakožto baštu nezávislé žurnalistiky, která není svázána přehnanou politickou korektností. Využil jsem FB hodnocení stránky – stáhnul jsem ID všech uživatelů, kteří stránku hodnotili jednou až pěti hvězdičkami. Web je natolik kontroverzní, že drtivá většina uživatelů hodnotilo právě jednou (nejnižší) nebo pěti (nejvyšší), čímž jsem získal vzorek odpůrců a zastánců. Opět jsem uživatele těchto krajních názorů vyscrapoval (jako v předchozí analýze) a vizualizoval v Gephi. Výsledek krásně ilustruje, jak moc rozdílní v názorech jsou tyto dvě skupiny lidí.



Obrázek č. 13: Afinitní analýza zájmů pro uživatele, kteří hodnotili Parlamentní listy buď jednou, nebo pěti hvězdičkami na Facebooku. Vizualizace pomocí Gephi.

Dva největší klastry zastupují na jedné straně typicky liberální, na straně druhé nacionálně-konzervativní uživatele. Obě skupiny nejsou nijak přímo propojené, což jen potvrzuje to, jak moc názorově homogenní mohou být jednotlivé *echo chambers*. Tyto dvě největší skupiny stránek doplňují ještě dva menší shluky – jeden tvoří recesistické stránky sledující politické kauzy mimo jiné pro pobavení, ten druhý shlukuje stránky s prokremelským postojem. Jestli něco tato poslední síť opravdu názorně ukazuje, pak je to onen hluboký názorový příkop mezi lidmi sledující relativně objektivní zpravodajství

splňující alespoň minimální požadavky pro novinářskou práci a mezi lidmi těmto médiím nedůvěřujícím a hledajícími alternativní zdroje.

V této kapitole jsem pomocí několika dílčích analýz ukázal, že Parlamentní listy rozhodně patří do skupiny „dezinformačních webů“ – a to z hlediska sdíleného obsahu, publika, praktik i úzkým propojením s ostatními weby z této sféry. Ve spojení s tím (a jak již bylo nejméně jednou napsáno) jakou má toto médium dosah, finanční rozpočet, politickou podporu, mediální ohlas a celkový vliv, se řadí mezi weby v tomto smyslu nejnebezpečnější. Parlamentní listy velice dravě a efektivně zaplnily mezeru na trhu a nasýtily poptávku. Je docela dobře možné, že právě Parlamentní listy posunuly celý onen veřejný diskurz, a právě ony se velikou měrou podílely na tom, že extrémní (extrémistické) názory již dnes nejsou považovány za extrémní, ale je to něco, co je zdravý protipól oné báje politické korektnosti. V každém případě představily zcela nový způsob, jakým prodávat informace a tento způsob se může z určitého pohledu jevit jako velice rizikový – vytváří informační chaos, čímž připravuje půdu pro jiné dezinformační weby a tedy i pro prokremelskou propagandu.

4 Diskuze

4.1 Možná východiska

4.1.1 Vzdělání

Boj s *fake news* je běh na dlouhou trať, není to však boj předem prohraný. Východisek existuje několik a daly by se rozdělit na ty snižující poptávku a ty, které regulují nabídku. Mezi ty první a bez diskuze nejdůležitější, nejtěžší a časově nejnáročnější je možné zařadit vzdělání. Pouze vzdělané, emancipované a kriticky myslící obyvatelstvo může být vůči šíření propagandy imunní. Úroveň českého vzdělávacího systému je složité téma určené pro odborníky a zcela mimo rámec této diplomové práce. Já však jen pro ilustraci uvedu, že mediální výchova je na českých školách pouze tzv. průřezové téma, tedy téma rozprostřené do ostatních předmětů dle vůle učitele, neexistuje žádná konkrétní metodika výuky ani osnova. Podle průzkumu organizace Jeden svět český středoškolák absolvuje během celého studia průměrně méně než 10 hodin mediální výchovy¹¹⁷ a donedávna působící ministryně školství k problematice šíření dezinformací prohlásila, že “mediální výchova rozhodně není na našich školách ani zakázána, ani nepodporována, ale není podstatou věci.”¹¹⁸

Ilustrací, jak je kvalitní vzdělání nejlepší obranou proti propagandě, může být případ Finska, jejichž vzdělávací systém je pravidelně hodnocen jako nejkvalitnější na světě.¹¹⁹ Kromě toho se finská vláda k problému postavila čelem, jasně vyjádřila názor, že Finsko je v informační válce s Ruskem a zodpovědnost leží na všech obyvatelích. Samotný stát založil program na rozpoznávání a vyvracování falešných zpráv a sama vláda klade důraz na koherentní a srozumitelný postoj a na vlastní pozitivní narativ. Výsledkem je

¹¹⁷ Výuka mediální výchovy na středních školách. *Jeden svět na školách* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://www.jsns.cz/nove/pdf/6517001_medialni_vychova_zprava_final.pdf

¹¹⁸ MATĚJKA, Martin a Vítek SVOBODA. Mediální výchova na školách: Fake news jsou problém, ale i příležitost, myslí si odbornice. *Rozhlas.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/plus/dnesniplus/_zprava/medialni-vychova-na-skolach-fake-news-jsou-problem-ale-i-prilezitost-mysli-si-odbornice--1707330

¹¹⁹ HANCOCK, Lynnel. Why Are Finland's Schools Successful? *Smithsonian.com* [online]. 2011 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.smithsonianmag.com/innovation/why-are-finlands-schools-successful-49859555/>

naprostý nezájem finských obyvatel o Ruskem financovanou finskou mutaci Sputniku – po roce jejího fungování médium ukončilo činnost pro nízký počet čtenářů.¹²⁰

4.1.2 Fact-checking

Výše popsaný příklad je samozřejmě jen ilustrativní, pozice Finska je ve srovnání s ČR v mnoha ohledech nesrovnatelná. Co je však na jakoukoliv zemi přenositelné, je tzv. *fact-checking*. Jedná se o aktivitu skupiny lidí (ať již ze státního, neziskového nebo soukromého sektoru), které ověřují kolující informace a případně upozorňují na nepravdy. V USA je takovou největší stránkou Snopes.com, v ČR vzniklo několik menších iniciativ, jako jsou Demagog.cz nebo Manipulátoři.cz, avšak manuální ověřování informací se zdá být nedostatečným. Jedním z důvodů je jeho rychlost – ex post vyvrácené hoaxy se stačí rozšířit a lidé si je mezitím stačí přečíst (viz *sleeper effect*). Existují proto i snahy o automatickou detekci dezinformací, které budou kombinovat lingvistický přístup, síťovou analýzu a strojové učení.¹²¹ I pokud bude takový systém funkční, je potřeba vyřešit otázku, jak dostat *fact-checking* k lidem, kteří ho sami od sebe nevyhledávají. Kromě toho, nejen že někteří lidé o “oficiální pravdu” nestojí, ale označování pravdivosti zpráv by mohlo vést k jakési otupělosti těch ostatních a rezignaci na samostatné kritické myšlení.

4.1.3 Finance

Další možností, jak bojovat s weby šířícími propagandu je omezení přísunu financí, resp. financí plynoucích z inzerce. Soukromé firmy by si musely jasně stanovit, že na daných webech jejich reklamu zobrazovat nechtějí. K tomuto účelu na Slovensku vznikla iniciativa Konšpiratori.sk, která vytvořila seznam stránek, jejichž závadnost hodnotila nezávislá odborná komise. Takovýto seznam může sloužit jako vodítko pro firmy, které se problematikou nijak hlouběji nezabývají – v ČR však taková iniciativa zatím neexistuje. Na druhou stranu by situaci pravděpodobně zlepšilo více financí pro skutečně objektivní a nezávislá média, která se musí odstříhnout od závislosti na číslech čtenosti (prokliků),

¹²⁰ STANDISH, Reid. Why Is Finland Able to Fend Off Putin's Information War? *Foreign Policy* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://foreignpolicy.com/2017/03/01/why-is-finland-able-to-fend-off-putins-information-war/>

¹²¹ CONROY, Niall J., Victoria L. RUBIN a Yimin CHEN. Automatic deception detection: Methods for finding fake news. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology* [online]. 2015, **52**(1), 1-4 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1002/pra2.2015.145052010082. ISSN 23739231. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1002/pra2.2015.145052010082>

čemuž se bohužel podřídil i obsah. To však souvisí i s nárůstem lidí ochotných platit za kvalitní obsah a znovunabytím důvěryhodnosti u širokých mas čtenářů – takový scénář je proto zatím jenom hypotetický.

4.1.4 Postoj mediálních firem

Jedním z nejdůležitějších bodů je postoj technologických firem, skrze jejichž platformy se dezinformace šíří. Giganti Facebook a Google se již problémem vážně zabývají. Google údajně pracuje na změnách vyhledávacích algoritmů, obě firmy postupně mění politiku zadávání inzerce – chtějí ze svých reklamních sítí vyloučit právě stránky, které publikují lživé informace.¹²² Český Seznam v létě 2017 oznámil, že také hodlá zpřísnit pravidla reklamy pro zpravodajské weby a případně je vyřadit ze své reklamní sítě Sklik – jen pár dní na to však vedení firmy rozhodnutí zrušilo, protože prý nechce určovat objektivitu či neobjektivitu informací.¹²³ Je naprosto nezbytné, aby se společnost s takovým vlivem jako je Seznam, začala chovat podle toho, čím ve skutečnosti je – mediální firmou. A po vzoru amerických firem přijmout společenskou zodpovědnost za obsah, který se skrze ni šíří a za závadné weby, které jsou skrze ni propagovány a financovány.

4.1.5 Postoj státu

Stejně jako soukromé firmy, tak i stát by měl zaujmout jasné a srozumitelné stanovisko. Označit prokremelskou propagandu jako existující problém a veřejnost o ní informovat, ať již osvětovou kampaní, tak i vzdělávacími programy na školách. V České republice se tak stalo jen částečně – pod gescí Ministerstva vnitra bylo založeno Centrum proti terorismu a hybridním hrozbám, která má (nejen) s propagandou bojovat. Jeho činnost z větší části však probíhá pod utajením a není jasné, které konkrétní kroky podniká. Nicméně důležitost problému je soustavně bagatelizována nejen mnoha členy parlamentu

¹²² WINGFIELD, Nick a Katie BENNER. Google and Facebook Take Aim at Fake News Sites. *The New York Times* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2016/11/15/technology/google-will-ban-websites-that-host-fake-news-from-using-its-ad-service.html>

¹²³ SLÍŽEK, David. Vedení Seznam.cz zrušilo omezení Skliku pro dezinformační weby. *Lupa.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/aktuality/vedeni-seznam-cz-zrusilo-omezeni-skliku-pro-dezinformacni-weby/>

(nezanedbatelná část dokonce dezinformace aktivně šíří a závadné weby propaguje, viz například poslanecký klub strany SPD¹²⁴), ale i samotným prezidentem.

Jakákoliv plošná institucionální regulativní řešení jsou však velice problematická, a to nejen z hlediska metodiky, ale i etiky. Z principu jsou totiž značně paternalistická a vždy musí být určena skupina lidí, kteří budou rozhodovat o tom, které informace jsou v pořádku a které nikoliv. Výkřiky o cenzuře jsou možná přehnané, přesto však třeba v létě 2017 schválený zákon v Německu, který provozovatelům sociálních sítí nařizuje mazat závadný obsah (*hate speech* i *fake news*) do 24 hodin pod hrozbou pokuty až 50 milionů eur¹²⁵, pochyby o opravdové svobodě projevu vzbuzuje. V krajním případě by takový zákon dolehl na názorové blogy a vše co jen zavání kontroverzí, ale třeba i na satirické weby (např. český Infobaden či AZ247), které podle definice opravdu šíří nepravdivé informace vypadající jako zpravodajství.

Je nutné, aby jakékoliv i legislativní kroky byly adekvátní a promyšlené. Z tohoto důvodu by tématu měla věnovat pozornost i akademická obec. Kritický výzkum by vytvořil prostor pro diskuzi a spolupráci vědců z různých odvětví za účelem hlubšího porozumění fenoménu. Je třeba jasně definovat jednotlivé prvky, nalézt vzorce v šíření falešných zpráv, zjistit, jakým způsobem a do jaké míry ovlivňují veřejné mínění, vyvinout metodiku, jak je rozpoznávat a jak je analyzovat. Ve zkratce řečeno, výzkum je jedním z prvních kroků, jak se začít propagandě účinně bránit.

4.2 Metodologické problémy

Hlavní přidanou hodnotou a zároveň i nevýhodou této práce je její lokálnost. Jedná se spíše o případovou studii celosvětového (Západního) fenoménu vztaženou na Českou republiku. V každé jednotlivé zemi Evropy má tato problematika více či méně jinou podobu a náplň, nemluvě o situaci například ve Spojených státech. Společní jmenovatelé, jako jsou prokremelská propaganda či podněcování nenávisti skrze smyšlené zprávy, však

¹²⁴ BIBEN, Martin a Jakub ZELENKA. Část Okamurových poslanců může sloužit v parlamentu jako proruská klika. Je to bezpečnostní hrozba, tvrdí odborníci. *Hospodářské noviny* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-65930400-proruska-klika-v-parlamentu>

¹²⁵ Germany approves plans to fine social media firms up to €50m. *The Guardian* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/media/2017/jun/30/germany-approves-plans-to-fine-social-media-firms-up-to-50m>

platí napříč těmito zeměmi. Druhou nevýhodou práce je její zakotvenost v čase. Vzhledem k tomu, že se jedná o poměrně nový a velmi dynamicky se rozvíjející jev, může situace za rok od jejího napsání vypadat do značné míry jinak. Proto jsem se snažil vedle konkrétního výzkumu postihnout i obecná a univerzálně platná stanoviska – kromě teoretické části jsem se tak i pokusil nastínit možnosti, jak lze danou problematiku zkoumat. Výčet není ani zdaleka kompletní, pouze odpovídá mým technickým schopnostem. Budoucí badatelé tak mohou těchto postupů využít v dalším zkoumání.

Prvním dilematem, se kterým jsem se při práci setkal, bylo sestavení seznamu zkoumaných stránek (webových i Facebookových). Chtěl jsem se vyhnout kreslení jasné dělící čáry mezi objektivní zpravodajství a weby, které jsou zveřejňovanými informacemi nějakým způsobem závadné. Nekonečná relativizace nikam nevedla (v extrémním případě – je teorie o “západními elitami” organizované migrační vlně, která má za cíl zničit evropskou civilizaci čirá fantasmagorie jenom proto, že si to myslím, nebo pro to mám nějaké důkazy?). K rozdělení jsem tedy nakonec přistoupil normativně, sestavený seznam projektu Konšpiratori.sk jsem uznal za dostatečný. Následující analýzy celého korpusu stránek, tedy i smíchaný s mainstreamovými médii a stránkami “na hraně” jako jsou Parlamentní listy, však seznamu daly víceméně za pravdu. Stránky se poměrně jednoznačně rozpadly na oddělené skupiny a žádné velké překvapení se nevyskytlo.

Do vzorku se bohužel nevešly FB skupiny. Nejenže k přijetí do skupiny často musí být uživatel nejprve schválen jejím správcem, ale Facebook API ani neumožňuje strojově data ze skupiny stáhnout (na rozdíl od FB stránek). Přitom ve skupinách se dezinformace sdílí ve velkém a mívají nezanedbatelný počet členů – například skupina „Českoslovenští vojáci v záloze / Československí vojáci v zálohe“ jich má 8,5 tisíce, „Chceme pryč z NATO a EU - Rusko je náš opravdový Přítel !!!“ dokonce 14 tisíc. Členská základna těchto skupin by byla relevantní vzorek, a mohlo by být zajímavé porovnat ho s fanoušky dezinformačních webů, kterým se věnuje tato práce.

Stejně tak je třeba si uvědomit dichotomii webových stránek a jejich FB verzi (nemluvě o tom, že ne každá webová stránka má i FB verzi a naopak). Zatímco na webové stránky se uživatel zcela “náhodou” spíše nedostane, články publikované na FB se mohou na hlavní stránku uživatele dostat mnoha různými kanály. Lze i předpokládat, že nejen že

návštěvníci obou verzí nejsou totožní, ale že se i v jistých ohledech a vlastnostech mohou mírně lišit. Něco takového však nejsem se svými znalostmi schopen zjistit a bylo by možná zajímavé se těmto rozdílům věnovat v dalším výzkumu.

Důležitým aspektem přístupu, který jsem si pro výzkum zvolil, je jeho nereprezentativita pro reálný svět. Přesněji řečeno, vzorek lidí, se kterým jsem pracoval (téměř 230 tisíc unikátních uživatelů), je dostatečně velký na to, provádět na něm analýzy chování lidí na sociálních sítích. Ale zjištění nemusí odpovídat reálnému chování lidí, a to ze dvou důvodů. Zaprvé demografie uživatelů internetu (resp. sociálních sítí) je jiná než demografie celkové populace. A zadruhé ne každý “lajk” je nutné vyjádření souhlasu se zaměřením dané stránky (typicky třeba nekrolog zveřejněný na Sputniku může olajkovat i člověk jinak konzumující pouze Český rozhlas apod.). Zkoumat však vztah reálného světa a jeho reprezentace v kyberprostrou je nad rámec této diplomové práce. Jako základ analýz přesto stojí předpoklad, že lajk s vysokou mírou pravděpodobnosti znamená i manifestaci souhlasu s obsahem lajkoavného.

Další oblastí, kterou jsem měl v plánu hlouběji prozkoumat, ale nakonec jsem jí z práce vypustil, bylo financování stránek skrze reklamní *trackery*. Dokázal jsem pro každou stránku seznam *trackerů* stáhnout a udělat z nich síť, avšak nenašel jsem ani po delším zkoumání žádné konkrétní vzorce ani anomálie, které by mi přišly důležité a bylo by nutné je šířeji popisovat. Přitom právě financování dezinformačních webů by nám prozradilo mnoho o systému jejich fungování nebo jejich cílech a motivacích. Právě financování, pokud chceme problematiku dezinformačních webů lépe pochopit a účinněji se propagandě bránit, by mělo být směrem, kterým by se podle mého názoru měl výzkum dále ubírat.

5 Závěr

V teoretické části jsem představil základní východiska, definoval pojmy a pokusil se vyjmenovat všechny nejdůležitější prvky, které způsobují nárůst šíření falešných zpráv napříč internetovým prostředím v posledních letech. Kromě působení kognitivních zkreslení (které jsou však integrální součástí člověka, a proto nemá příliš cenu nad nimi lamentovat), jsem dospěl k závěru, že vzestup dezinformačních webů má kořeny v přetrvávající krizi médií, panujícím skepticizmu a s tím souvisejícím propadem důvěry čtenářů ve zpravodajské kanály hlavního proudu a obecně v informace pocházející od “establishmentu”. Takové tvrzení do určité míry potvrzuje hlubší analýza publika dezinformačních webů (a jejich FB verzí) – čtenáři v nadměrné míře sdílejí postoje jako jsou strach z Islámu a migrace (často také nacionalismus), nedůvěra k západním institucím jako je EU a NATO, nedůvěra ve veřejnoprávní média (a média hlavního proudu obecně). Dalším častým motivem je odpor k liberální demokracii a pozitivní vztah k Ruské federaci. Celkově by se postoj čtenářů dal popsat jako antisystémový.

To samo o sobě však mainstreamizaci dezinformací a jiných nepravdivých informací nevysvětluje. Proto jsem využil teorii *information laundering* Adama Kleina, která mi posloužila jako vhodný rámec pro výzkum prostředí vybraných částí českého internetu. Analýza potvrdila, že koncept, který Klein navrhl pro zkoumání krajně pravicových radikálů v USA, lze bezezbytku aplikovat i na šíření dezinformací v ČR. Identifikoval jsem hlavní aktéry procesu prosakování nepravdivých zpráv do veřejného diskurzu – jsou jimi nejen producenti těchto zpráv (potažmo provozovatelé oněch webů), ale i veřejně působící lidé nastavující agendu, jako jsou novináři, blogeři či politici. V neposlední řadě jsou na vině i samotné technologické firmy tyto platformy provozující (sociální sítě a vyhledávače), protože právě skrze ně se informace šíří a jejich mechanismy virálního šíření nepravd značně napomáhají.

Dále byla v praktické části pomocí řady kvantitativních analýz zmapována celá sféra českých dezinformačních stránek a jejich publikum. Mimo jiné byla potvrzena hypotéza o existenci *echo chambers*, tedy o striktně oddělených skupinách uživatelů sdílejících a přiživujících společný narativ. Na jedné straně stojí čtenáři zavedených titulů,

keré lze označit za seriózní, na straně druhé čtenáři dezinformačních webů. I když takovéto rozdělení společnosti není nikterak objevné, pomyslná hloubka příkopu mezi oběma skupinami, které výsledky analýz potvrzují, je přesto zarážející. V podstatě nebylo nalezeno žádné pojítko, žádná společná půda, na které by mohla probíhat vzájemná diskuze. A nic nenasvědčuje tomu, že by se tato mezera měla v blízké budoucnosti zacelit – zaprvé mechanismy sociálních sítí a dalších platform této segregaci silně napomáhají, zadruhé je rozdělená společnost jedním z cílů prokremelské propagandy a pro dezinformátory je tedy žádoucí.

Jednou z výzkumných otázek byla i role Parlamentních listů v šíření dezinformací. Analýza potvrdila, že tento server jednoznačně patří do skupiny dezinformačních webů – a to z hlediska obsahu, praktik, transparentnosti, vztahy s ostatními zdroji dezinformací, ale i z hlediska pochybného financování a podobnosti čtenářů. Naopak nebyla potvrzena hypotéza o tom, že Parlamentní listy tvoří jakýsi most mezi mainstreamovými médii a těmi alternativními, kde se potkávají čtenáři obou těchto skupin. Takový průsečík tvoří spíše z hlediska formy a obsahu, neboť míchá objektivní a subjektivní, fakta a názory, pravdu a nepravdu. Z tohoto pohledu díky své čtenosti a pozornosti, která jim je věnována (ze strany médií i od politiků), napomáhá procesu *information laundering* nejvíce ze zkoumaných serverů. Z hlediska publika však slouží jako zdroj informací primárně čtenářům i jiných dezinformačních médií.

Dále jsem se pokusil zmapovat, jakými cestami se uživatel může ke zprávám z dezinformačních webů dostat. Opět se potvrdila domněnka, že “špinavé” (tedy nepravdivé či manipulativní) informace se maskují za seriózní zpravodajství a jsou skrze síť aktérů (authority či mainstreamová média a neutrální platformy) vyprány a vpouštěny do veřejného diskurzu. Na závěr jsem jen velice stručně nastínil možná východiska a kroky, kterými by podle mě bylo možné s dezinformacemi – které v českém prostředí úzce souvisí s prokremelskou propagandou – bojovat. Jedním z nejdůležitějších bodů je fenomén vědecky zkoumat, proto i doufám, že jsem touto diplomovou prací alespoň v malé míře k řešení problému přispěl.

6 Seznam zdrojů a literatury

ALLCOT, Hunt a Matthew GENTZKOW. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives* [online]. 2017, **31**(No. 2), 211-236 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>

ANDERSON, Craig A., Mark R. LEPPER a Lee ROSS. Perseverance of Social Theories: The Role of Explanation in the Persistence of Discredited Information. *Journal of Personality and Psychology*. 1980, **39**(No. 6), 1037-1049.

BAKSHY, E., S. MESSING a L. A. ADAMIC. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science* [online]. 2015, **348**(6239), 1130-1132 [cit. 2017-12-12]. DOI: 10.1126/science.aaa1160. ISSN 0036-8075. Dostupné z: <http://www.sciencemag.org/cgi/doi/10.1126/science.aaa1160>

BESSI, Alessandro, Mauro COLETTI, George Alexandru DAVIDESCU, Antonio SCALA, Guido CALDARELLI, Walter QUATTROCIOCHI a Frederic AMBLARD. Science vs Conspiracy: Collective Narratives in the Age of Misinformation. *PLOS ONE* [online]. 2015, **10**(2), e0118093- [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1371/journal.pone.0118093. ISSN 1932-6203. Dostupné z: <http://dx.plos.org/10.1371/journal.pone.0118093>

BIBEN, Martin a Jakub ZELENKA. Část Okamurových poslanců může sloužit v parlamentu jako proruská klika. Je to bezpečnostní hrozba, tvrdí odborníci. *Hospodářské noviny* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-65930400-proruska-klika-v-parlamentu>

BOČEK, Jan. Studie: Důvěra v média je rekordně nízká. Nevěří jim mladí dospělí nebo voliči levice. In: *Český rozhlas* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://interaktivni.rozhlas.cz/duvera-mediim/>

BORROWMAN, Shane. Critical Surfin: olocaust Denial and Credibility on the Web. *College Teaching* [online]. Taylor & Francis, 1999, **47**(No. 2), 44-47 [cit. 2017-12-02].

BOUŠKA, Josef. O fašistickém podhoubí Parlamentních listů. *Reportér Magazin* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://reportermagazin.cz/a/iqw6/o-fasistickem-podhoubi-parlamentnich-listu>

BŘEŠŤAN, Robert. Vedení televize Prima nařídilo redaktorům: uprchlíky zobrazovat jako hrozbu a riziko. *HlídacíPes.cz* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://hlidacipes.org/vedeni-tv-prima-naridilo/>

CILIBRASI, Rudi L. a Paul M. B. VITÁNYI. *Normalized Web Distance and Word Similarity* [online]. 2010 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://homepages.cwi.nl/~paulv/papers/crc08.pdf>

CONROY, Niall J., Victoria L. RUBIN a Yimin CHEN. Automatic deception detection: Methods for finding fake news. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology* [online]. 2015, **52**(1), 1-4 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1002/pra2.2015.145052010082. ISSN 23739231. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1002/pra2.2015.145052010082>

DARNTON, Robert. The True History of Fake News. *The New York Review* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.nybooks.com/daily/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/>

DAVIES, Nick. *Flat Earth news: an award-winning reporter exposes falsehood, distortion and propaganda in the global media*. London: Vintage Books, 2009. ISBN 978-009-9512-684.

DOWNIE, Leonard a Michael SCHUDSON. The Reconstruction of American Journalism. *Columbia Journalism Review: The voice of journalism* [online]. 2009 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: http://archives.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php

DUTTON, William H. *Fake news, echo chambers and filter bubbles are an exaggerated threat. Here's why* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.weforum.org/agenda/2017/05/fake-news-echo-chambers-and-filter-bubbles-are-an-exaggerated-threat-heres-why>

EHL, Martin. Střed Evropy Martina Ehla: Aféra lithium - z proruských serverů až do sněmovny. *Hospodářské noviny* [online]. 2017 [cit. 2017-12-03]. Dostupné z: <https://archiv.ihned.cz/c1-65955890-stred-evropy-martina-ehla-afera-lithium-se-zrodila-na-konspiracnim-proruskem-serveru-pres-babise-se-dostala-do-snemovny-a-zrejme-ovlivnila-volby>

FLAXMAN, Seth, Sharad GOEL a Justin M. RAO. Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption. *Public Opinion Quarterly* [online]. 2016, **80**(S1), 298-320 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1093/poq/nfw006. ISSN 0033-362x. Dostupné z: <https://academic.oup.com/poq/article-lookup/doi/10.1093/poq/nfw006>

GRAEUPNER, Damaris a Alin COMAN. The dark side of meaning-making: How social exclusion leads to superstitious thinking. *Journal of Experimental Social Psychology* [online]. 2017, **69**, 218-222 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1016/j.jesp.2016.10.003. ISSN 00221031. Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0022103116304711>

GREGOR, Miloš a Petra VEJVODOVÁ. *Analýza manipulativních technik na vybraných českých serverech* [online]. Brno: Fakulta sociálních studií, Masarykova Univerzita, 2016, , 9 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://www.academia.edu/26046763/V%C3%BDzkumn%C3%A1_zpr%C3%A1va_Anal%C3%B

Dza_manipulativn%C3%ADch_tech_nik_na_vybran%C3%BDch_%C4%8Desk%C3%BDch_server
ech

HALLIN, Daniel C. Neoliberalism, Social Movements and Change in Media Systems in the Late Twentieth Century. In: HESMONDHALGH, David a Jason TOYNBEE. *The Media and Social Theory*. Abingdon: Routledge. Hands, Joss, 2010, s. 43-58. ISBN 978-0415448000.

HANCOCK, Lynnel. Why Are Finland's Schools Successful? *Smithsonian.com* [online]. 2011 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.smithsonianmag.com/innovation/why-are-finlands-schools-successful-49859555/>

HIGGINS, Andrew. Effort to Expose Russia's 'Troll Army' Draws Vicious Retaliation. *The New York Times* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2016/05/31/world/europe/russia-finland-nato-trolls.html>

CHEN, Adrian. The Fake-news Fallacy: Old fights about radio have lessons for new fights about the Internet. *The New Yorker* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.newyorker.com/magazine/2017/09/04/the-fake-news-fallacy>

CHERRY, Kendra. The Misinformation Effect and False Memories. *VeryWell* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.verywell.com/cognitive-biases-distort-thinking-2794763>

CHITTUM, Ryan. Audit Notes: BS as business model, Larry Kudlow, Third Way revealed. *Columbia Journalism Review: The voice of journalism* [online]. 2013 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: http://archives.cjr.org/the_audit/audit_notes_bs_as_business_mod.php

JOWETT, Garth. a Victoria. O'DONNELL. *Propaganda and persuasion*. 2nd ed. Newbury Park, Calif.: Sage Publications, c1992. ISBN 978-080-3946-774.

KADLEC, Miloš. ANM – Asociace nedůvěryhodných médií? Otazníky nejen kolem Krameriovy ceny. *Manipulátoři.cz* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://manipulatori.cz/anm-asociace-neduveryhodnych-medii-otazniky-nejen-kolem-krameriovy-ceny/>

KHOSRAVINIK, Majid. Right Wing Populism in the West: Social Media Discourse and Echo Chambers. *Insight Turkey* [online]. 2017, **19**(3), - [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.25253/99.2017193.04. ISSN 1302177x. Dostupné z: <http://insightturkey.com/>

KLEIN, Adam. Slipping Racism into the Mainstream: A Theory of Information Laundering. *Communication Theory* [online]. 2012, **22**(4), 427-448 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1111/j.1468-2885.2012.01415.x. ISSN 10503293. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/j.1468-2885.2012.01415.x>

KOFMAN, Michael a Matthew ROJANSKY. A Closer look at Russia's "Hybrid War". *Kennan Cable* [online]. 2015, (7), 8 [cit. 2017-12-10]. Dostupné z:

<https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/7-KENNAN%20CABLE-ROJANSKY%20KOFMAN.pdf>

KUMKALE, G. Tarcan a Dolores ALBARRACÍN. The Sleeper Effect in Persuasion: A Meta-Analytic Review. *Psychological Bulletin* [online]. 2004, **130**(1), 143-172 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1037/0033-2909.130.1.143. ISSN 1939-1455. Dostupné z: <http://doi.apa.org/getdoi.cfm?doi=10.1037/0033-2909.130.1.143>

KUNDRÁ, Ondřej. Hlava místo samopalu: Propaganda coby osa nového pojetí mezinárodních konfliktů. *Respekt* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/special/2017/dezinformace/hlava-misto-samopalu>

KYŠA, Leoš. Atentáty v Evropě jsou dílo pražských cyklistů! Američané chtěli v Sýrii vypustit chemtrails a omylem si naložili sarin: Recesisté propašovali do Parlamentních listů články plné nesmyslů. Editoři webu to nepoznali a vydali je. *MediaHub.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://mediahub.cz/media/945656-atentaty-v-evrope-jsou-dilo-prazskych-cyklistu-americane-chteli-v-syrii-vypustit-chemtrails-a-omylem-si-nalozili-sarin-recesiste-propasovali-do-parlamentnich-listu-clanky-plne-nesmyslu-editori-webu-to-nepoznali-a-vydali-je>

LOFTUS, Elizabeth F. a John C. PALMER. Reconstruction of automobile destruction: An example of the interaction between language and memory. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior* [online]. 1974, **13**(5), 585-589 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1016/S0022-5371(74)80011-3. ISSN 00225371. Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0022537174800113>

MÁČA, Roman. České volby v zajetí dezinformací. Nyní je potřeba zamést stopy? In: *Blog.idnes.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://maca.blog.idnes.cz/blog.aspx?c=630076>

MATĚJKA, Martin a Vítěk SVOBODA. Mediální výchova na školách: Fake news jsou problém, ale i příležitost, myslí si odbornice. *Rozhlas.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/plus/dnesniplus/_zprava/medialni-vychova-na-skolach-fake-news-jsou-problem-ale-i-prilezitost-mysli-si-odbornice--1707330

MAZANCOVÁ, Hana. Praha si platila kampaň na Parlamentních listech. Za neoznačené texty dala téměř 120 tisíc. *IRozhlas.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/praha-si-platila-kampan-na-parlamentnich-listech-za-neoznacene-texty-dala-temer-120-tisic_201701160600_hmazancova

MCPHERSON, Miller, Lynn SMITH-LOVIN a James M COOK. Birds of a Feather: Homophily in Social Networks. *Annual Review of Sociology* [online]. 2001, **27**(1), 415-444 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1146/annurev.soc.27.1.415. ISSN 0360-0572. Dostupné z: <http://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev.soc.27.1.415>

MCPHERSON, Miller, Lynn SMITH-LOVIN a James M COOK. Birds of a Feather: Homophily in Social Networks. *Annual Review of Sociology* [online]. 2001, **27**(1), 415-444 [cit.

2017-12-02]. DOI: 10.1146/annurev.soc.27.1.415. ISSN 0360-0572. Dostupné z: <http://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev.soc.27.1.415>

MIKEL, Jakub. Vydavatel Parlamentních listů hradí finanční ztráty a zbavil se konspiračního Protiproudu. *HlidacíPes.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://hlidacipes.org/vydavatel-parlamentnich-listu-poodhalil-karty-hradi-ztraty-predeslych-let-unoru-se-zbavil-konspiracniho-protiproudu/>

NIGHTINGALE, Sophie J., Kimberley A. WADE a Derrick G. WATSON. Can people identify original and manipulated photos of real-world scenes? *Cognitive Research: Principles and Implications* [online]. 2017, 2(1), - [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1186/s41235-017-0067-2. ISSN 2365-7464. Dostupné z: <http://cognitiveresearchjournal.springeropen.com/articles/10.1186/s41235-017-0067-2>

PARISER, Eli. *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. New York: Penguin Press, 2011, 294 p. ISBN 978-159-4203-008.

PAVLIK, John. The Impact of Technology on Journalism. *Journalism Studies* [online]. 2000, 1(2), 229-237 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.1080/14616700050028226. ISSN 1461-670x. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616700050028226>

ROSTECKÝ, Jiří. Ondřej Geršl: Na AC24.cz píšeme tak, jak nám dovolí naše současná úroveň vědomí. *MladýPodnikatel.cz* [online]. 2014 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://mladypodnikatel.cz/ondrej-gersl-rozhovor-o-ac24-t11020>

SAMUELSOHN, Darren. Facebook: Russian-linked accounts bought \$150,000 in ads during 2016 race. *Politico* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.politico.com/story/2017/09/06/facebook-ads-russia-linked-accounts-242401>

SHONTELL, Alyson. Facebook is being blamed for Trump's election — but Mark Zuckerberg's response is tone deaf. *Business Insider* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.businessinsider.com/facebook-blamed-trump-election-mark-zuckerberg-response-tone-deaf-2016-11>

SHULTZ, Richard H. a Roy GODSON. *Dezinformatsia: active measures in Soviet strategy*. Washington: Pergamon-Brassey's, c1984. ISBN 00-803-1574-7.

SILVERMAN, Craig. This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook. *BuzzFeed.com* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.ueVB55Jo0L#.euR866J7Nj

SILVERMAN, Craig. *Lies, Damn Lies and Viral Content* [online]. New York: Tow Center for Digital Journalism, 2015 [cit. 2017-12-02]. DOI: 10.7916/D8Q81RHH. Dostupné z: https://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_Silverman_TowCenter.pdf

SILVERMAN, Craig, Lauren STRAPAGIEL, Hamza SHABAN, Ellie HALL a Jeremy SINGER-VINE. Hyperpartisan Facebook Pages Are Publishing False And Misleading Information At An Alarming Rate. *BuzzFeed.com* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/partisan-fb-pages-analysis?utm_term=.lkyYLL40m6#.qkGj774kqm

SLÍŽEK, David. Vedení Seznam.cz zrušilo omezení Skliku pro dezinformační weby. *Lupa.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/aktuality/vedeni-seznam-cz-zrusilo-omezeni-skliku-pro-dezinformacni-weby/>

STANDISH, Reid. Why Is Finland Able to Fend Off Putin's Information War? *Foreign Policy* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://foreignpolicy.com/2017/03/01/why-is-finland-able-to-fend-off-putins-information-war/>

SUBRAMANIAN, Samanth. Inside the Macedonian Fake-news Complex. *Wired.com* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.wired.com/2017/02/veles-macedonia-fake-news/>

SWAINE, Jon a Luke HARDING. Russia funded Facebook and Twitter investments through Kushner investor. *The Guardian* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://www.theguardian.com/news/2017/nov/05/russia-funded-facebook-twitter-investments-kushner-associate?CMP=Share_iOSApp_Other

ŠLERKA, Josef. Jak se fanoušci politických stran liší - politické strany na Facebooku (2.). *Databoutique.cz* [online]. 2013 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://databoutique.cz/post/62064377499>

ŠLERKA, Josef. Slušní lidé na Facebooku. In: *Databoutique.cz* [online]. 2013 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://databoutique.cz/post/161312186128/slu%C5%A1n%C3%ADlid%C3%A9-na-facebooku>

ŠLERKA, Josef. Profil stránek politických stran z pohledu zájmů jejich aktivních fanoušků. In: *Databoutique.cz* [online]. 2013 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://databoutique.cz/post/64955787655/profil-str%C3%A1nek-politick%C3%BDch-stran-z-pohledu-z%C3%A1jm%C5%AF>

ŠTASTNÁ, Lucie. *Mediální gramotnost v kontextu občanského vzdělávání: Podkladový materiál pro kulatý stůl Národního konventu o EU* [online]. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, 2017 [cit. 2017-12-03]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/profile/Lucie_Stastna3/publication/317427919_Media_Literacy_in_the_Context_of_Civic_Education_Medialni_gramotnost_v_kontextu_obcanskeho_vzdelavani/links/593a70fea6fdcc58aeb068a4/Media-Literacy-in-the-Context-of-Civic-Education-Medialni-gramotnost-v-kontextu-obcanskeho-vzdelavani.pdf

ŠTĚTKA, Václav. Digital News Report: Czech republic. *Reuters Institute Digital News Report 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/czech-republic-2017/>

VALÁŠEK, Lukáš. Jihomoravský kraj platil statisíce za pozitivní články o Haškovi. *IDnes.cz* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://brno.idnes.cz/michal-hasek-hejtman-jihomoravsky-kraj-medialni-sluzby-jt-media-pw5-/brno-zpravy.aspx?c=A160804_081250_brno-zpravy_jkk

VASILKO, Tomáš. Toto je Paříž, píše český portál a ukazuje rok staré protesty taxikářů. *Denník N* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://dennikn.sk/691248/toto-je-pariz-pise-cesky-portal-a-ukazuje-rok-stare-protesty-taxikarov/>

WINGFIELD, Nick a Katie BENNER. Google and Facebook Take Aim at Fake News Sites. *The New York Times* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.nytimes.com/2016/11/15/technology/google-will-ban-websites-that-host-fake-news-from-using-its-ad-service.html>

ZUCKERBERG, Mark. In: *Facebook.com* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/zuck/posts/10103269806149061>

Další internetové zdroje

Čtenost deníků: Na čele Blesk, Právo je třetí. *MediaGuru.cz* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/05/ctenost-deniku-na-cele-blesk-pravo-je-treti/>

Konšpiratori.sk [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.konspiratori.sk/zoznam-stranok.php>

Churnalism. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://en.wikipedia.org/wiki/Churnalism>

Fungování českých dezinformačních webů: Kremlin Watch report. *Evropské hodnoty* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2017/08/Fungov%C3%A1n%C3%AD-%C4%8Desk%C3%BDch-dezinforma%C4%8Dn%C3%ADch-web%C5%AF4-1.pdf>

Databáze proruského obsahu od A-Z. *Neovlivní.cz* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://neovlivni.cz/databaze-proruskeho-obsahu-od-a-z/>

YouTube [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/>

Parlamentní listy vedou. *Respekt* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/denni-menu/vyrok-dne-komuniste-a-jejich-alternativni-zdroje>

Migranti jsou pro nás poslové špatných zpráv, říká slavný sociolog. In: *Technet.cz* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://technet.idnes.cz/zygmunt-bauman-rozhovor-sociolog-uprehlici-migrace-technologie-modernita-stesti-gjb-/veda.aspx?c=A150826_151023_veda_mla

Germany approves plans to fine social media firms up to €50m. *The Guardian* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/media/2017/jun/30/germany-approves-plans-to-fine-social-media-firms-up-to-50m>

Google vs Seznam: Jaký je podíl vyhledávačů v roce 2016. *Martindomes.cz* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.martindomes.cz/google-vs-seznam-jaky-je-podil-vyhledavacu-v-roce-2016/>

Krameriova cena za rok 2017. *ČeskáMédia.cz* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.ceskamedia.cz/clanek/28924/krameriova-cena-za-rok-2017>

Výuka mediální výchovy na středních školách. *Jeden svět na školách* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://www.jsns.cz/nove/pdf/6517001_medialni_vychova_zprava_final.pdf

Návštěvnost Netmonitor. *Kurzy.cz* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/~nr/netmonitor/parlamentnilisty-cz/home/>

Prokremelský web: Náš pohled na svět tu chyběl. *Neovlivní.cz* [online]. 2015 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://neovlivni.cz/web-nwoo-cz-lidem-tu-chybel-rusky-pohled-na-svet/>

Asociace nezávislých médií [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.nezavislamedia.cz/program-asociace-nezavislych-medii/>

Overview and Key Findings of the 2017 Report [online]. Reuters Institute Digital News, 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/overview-key-findings-2017/>

Objektivita je cesta do pekla, pojďme raději říkat pravdu. *René Zavoral* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.renezavoral.cz/default/detail/21>

Výroční zpráva Bezpečnostní informační služby za rok 2015. *Bezpečnostní informační služba České republiky* [online]. 2015 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.bis.cz/pdf/2015-vz-cz.pdf>

Dezinformace. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Dezinformace>

SimilarWeb [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.similarweb.com/>

Seznam blogerů na blog.idnes.cz. *Blog.idnes.cz* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://blog.idnes.cz/blogeri.aspx?sortby=karma&sortorder=desc&query=>

Alexa.com [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.alexa.com/>

Public Opinion in the Czech Republic: March 8 - 21 , 2017. *International Republican Institute* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: http://www.iri.org/sites/default/files/2017-7-19_czech_poll.pdf

Online data (OLA). *NetMonitor* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.netmonitor.cz/online-data-ola>

Výroční zpráva bezpečnostní informační služby za rok 2016. *Bezpečnostní Informační Služba: zpravodajská služba České republiky* [online]. 2016 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://www.bis.cz/vyrocní-zpráva16e1.html?ArticleID=1136#2.7._Kybernetická_bezpe_nost

Definition of post-truth in English. *Oxford Living Dictionaries* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth>

Alternative facts. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Alternative_facts

Audience Insights. *Facebook.com* [online]. 2017 [cit. 2017-12-03]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/ads/audience-insights/people?act=55525761&age=18-&country=US>

BuzzSumo [online]. [cit. 2017-12-03]. Dostupné z: <http://buzzsumo.com/>

Portfolio. *OurMedia* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://www.ourmedia.cz/portfolio/>

IssueCrawler. *Govcom.org* [online]. [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: http://www.govcom.org/Issuecrawler_instructions.htm

The social media ads Russia wanted Americans to see. *Politico* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <https://www.politico.com/story/2017/11/01/social-media-ads-russia-wanted-americans-to-see-244423>

Politickou reklamu z Ruska zhlédlo na Facebooku přibližně 126 milionů američanů [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://mediahub.cz/komunikace/1054044-politickou-reklamu-z-ruska-zhledlo-zhledlo-na-facebooku-priblizne-126-milionu-americanu>

Reklama na konspiračních a dezinformačních webech. *Open Society Fund* [online]. 2017 [cit. 2017-12-02]. Dostupné z: <http://osf.cz/wp-content/uploads/2017/08/reklama-na-konspiracnich-dezinf-webech-web.pdf>

7 Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Základní přehled datasetu. Platí pro FB v období od 1. 8. 2016 do 1. 8. 2017.

Tabulka č. 2: 20 článků mainstreamových médií s největším počtem interakcí na FB (tedy součet lajků, komentářů a sdílení), *engagement* je uveden v tisících. Platné k datu 10. 10. 2017

Tabulka č. 3: 20 článků dezinformačních médií s největším počtem interakcí na FB (tedy součet lajků, komentářů a sdílení), *engagement* je uveden v tisících. Platné k datu 10. 10. 2017

Tabulka č. 4: 20 nejsdílenějších Facebookových příspěvků z mého vzorku. Konkrétní fotky a videa bohužel nelze do práce vložit. Platné pro období od 1. 8. 2016 do 1. 8. 202017.

Tabulka č. 5: Míra návštěv jednotlivých stránek podle typu, čísla jsou v procentech. Zdroj: SimilarWeb.com

Tabulka č. 6: Frekvenční tabulka sdílených domén politiky ČR. Data jsou za období 1. 8. 2016 až 1. 8. 2017.

8 Seznam grafů

Graf č. 1: MDS graf pro celý základní dataset. Platí pro FB v období od 1. 8. 2016 do 1. 8. 2017.

Graf č. 2: Dendrogram pro celý základní dataset. Platí pro FB v období od 1. 8. 2016 do 1. 8. 2017.

Graf č. 3: MDS graf základního datasetu a politických subjektů.

Graf č. 4: Afinitní analýza zájmů. Dendrogram 600 neaktivnějších uživatelů na dezinformačních webech.

Graf č. 5: Afinitní analýza zájmů. MDS graf 600 neaktivnějších uživatelů na dezinformačních webech se zvýrazněnými klastry.

9 Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Síťové znázornění základního datasetu pomocí Gephi. Platí pro FB v období od 1. 8. 2016 do 1. 8. 2017.

Obrázek č. 2: Síť jednotlivých YouTube kanálů spojených na základě „souvisejících kanálů“ a vzájemných odběrů.

Obrázek č. 3: Rozložení publika dezinformačních webů podle věku. Zdroj: Alexa.com

Obrázek č. 4: Rozložení publika dezinformačních webů podle pohlaví. Zdroj: Alexa.com

Obrázek č. 5: Rozložení publika dezinformačních webů podle vzdělání. Zdroj: Alexa.com

Obrázek č. 6: Audience overlap 7 největších dezinformačních webů a 3 mainstreamových. Zdroj: Alexa.com

Obrázek č. 7: Afinitní analýza zájmů vizualizována pomocí Gephi jako síťový graf.

Obrázek č. 8: Jak se uživatelé pohybují mezi jednotlivými dezinformačními weby, vizualizováno pomocí Gephi.

Obrázek č. 9: Odkud uživatelé přicházejí na dezinformační weby. Čím je uzel větší, tím více se na oné doméně nacházejí odkazy právě na ně. Vizualizace pomocí Gephi. Zdroj: Alexa.com

Obrázek č. 10: Výřez prostřední části Obrázku č. 9.

Obrázek č. 11: Jak jsou weby propojené pomocí externích odkazů. Zdroj: IssueCrawler

Obrázek č. 12: Afinitní analýza zájmů pro 600 neaktivnějších uživatelů Parlamentních listů. Vizualizace pomocí Gephi.

Obrázek č. 13: Afinitní analýza zájmů pro uživatele, kteří hodnotili Parlamentní listy buď jednou, nebo pěti hvězdičkami na Facebooku. Vizualizace pomocí Gephi.

10 Seznam zkratek

BIS	Bezpečnostní informační služba České republiky
ČR	Česká republika
FB	Facebook
YT	YouTube
PR	Public Realations
URL	Uniform Resource Locator